

KREATIVITAS PELAKU USAHA INDUSTRI KREATIF BISNIS AKSESORIS DI KOTA MANADO*THE CREATIVITY OF ACCESSORY BUSINESS ENTREPRENEURS IN THE CREATIVE INDUSTRIES IN THE MANADO CITY*

Oleh:
Christine Ananda¹
Victor P.K. Lengkong²
Greis M. Sendow³

¹²³Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

[¹christineananda062@student.unsrat.ac.id](mailto:christineananda062@student.unsrat.ac.id)

[²vpk.lengkong@unsrat.ac.id](mailto:vpk.lengkong@unsrat.ac.id)

[³greis_sendow@unsrat.ac.id](mailto:greis_sendow@unsrat.ac.id)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk meninjau produktivitas bisnis dengan cara menganalisis kreativitas, inovasi serta pengembangan produk yang pada bisnis aksesoris di kota Manado. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, subyek penelitian adalah pemilik dan konsumen bisnis aksesoris di kota Manado. Peneliti menggunakan instrumen utama penelitian dengan observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, komparasi, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah perpanjangan pengamatan dan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin kreatif, inovatif serta semakin banyak variasi produk aksesoris yang dipromosikan, maka akan semakin banyak menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan tetap.

Kata Kunci: Kreativitas, Inovasi, Produktivitas Bisnis

Abstract: *This study aims to review business productivity by analyzing creativity, innovation, and product development in the accessories business in Manado City. The method used is descriptive qualitative, the subjects of the study are owners and consumers of accessories businesses in Manado City. The researcher uses the main research instrument with observation and interviews. Data reduction, comparison, and conclusion are the data analysis techniques used. The data validity techniques used are observation extension and triangulation. The study results show that the more creative, innovative, and variations of accessory products are promoted, the more they will attract new customers and retain loyal customers.*

Keywords: Creativity, Innovation, Productivity Business

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia menekan anak muda Indonesia untuk semakin berkembang dalam Industri Kreatif. Hal ini didasarkan karena Industri kreatif memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Industri kreatif tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga membuka lapangan pekerjaan serta mendorong inovasi dan kreativitas. Salah satu subsektor dari industri kreatif yang menunjukkan potensi besar adalah fesyen, yang dimana didalamnya terdapat bisnis aksesoris

Kreativitas dalam berbisnis adalah salah satu kemampuan dari pebisnis untuk menciptakan hal yang baru. Kreativitas berkaitan erat dengan orang yang menggunakan kemampuan daya imajinasinya yang ia tuangkan ke dalam ide, gagasan, dan benda di sekitarnya. Hal ini juga merupakan poin penting dari seorang pebisnis untuk menjalankan bisnis. Dimana ide yang orisinal yang belum pernah ada sebelumnya tentunya akan lebih diminati di masyarakat. Adapula definisi dari Kreativitas yang adalah kemampuan untuk menyelaraskan sesuatu yang sudah ada dengan sesuatu yang baru. Kreativitas dituntut untuk menemukan sesuatu yang baru dengan yang sebelumnya. Kreativitas tidak memiliki batasan, nilai dan standar, semua orang memiliki tingkat kemampuan dan motivasi kreatif yang berbeda beda. Saat ini konsumen cukup kritis dalam pemilihan produk,

konsumen akan melihat dan membandingkan beberapa toko sekaligus untuk produk yang sama. Hal ini tentunya membuat para pebisnis memutar otak untuk mengunggulkan dirinya. Oleh karena itu kombinasi antara kreativitas dan inovasi sangat penting untuk mencapai kesuksesan bisnis, yang dapat diukur melalui produktivitas bisnis.

Kota Manado, sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Indonesia Timur, memiliki potensi besar dalam pengembangan industri kreatif, khususnya bisnis aksesoris. Kota ini dikenal dengan kekayaan budaya dan keragaman etnis yang dapat menjadi sumber inspirasi bagi para pelaku bisnis dalam menciptakan produk-produk yang unik dan berdaya saing tinggi. Potensi bisnis aksesoris di Manado cukup besar, didukung dengan beberapa tren fesyen yang mengikuti jaman, dan faktor penunjangnya adalah budaya lokal. Secara keseluruhan bisnis aksesoris di Manado memiliki tempat tersendiri bagi para konsumen untuk menunjang gaya hidupnya. Menurut data analisis Instagram penjualan. Terdapat 29 akun Instagram dengan kata kunci 'Beads Manado'. Dengan beragam jenis aksesoris handmade yang dijual menjadikan Manado sebagai salah satu kota yang memiliki potensi besar untuk menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia kedepan, khususnya di bidang industri kreatif.

Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang bertanggung jawab atas pengembangan subsektor seperti fashion menunjukkan bahwa sebaran pelaku ekonomi kreatif terbesar di Sulawesi Utara 5 tahun terakhir ada di kota Manado, yaitu sebanyak 60,89%. Dan sebanyak 37,01% dipegang oleh perempuan. Dalam skala nasional, pada sektor Ekonomi Kreatif mayoritas penduduk yang bekerja di sektor Ekonomi Kreatif adalah 56,62% Perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran yang signifikan dalam industri kreatif di Manado, dan bisnis aksesoris dapat menjadi salah satu peluang usaha yang menjanjikan bagi mereka. Namun, untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif, para pelaku bisnis aksesoris di Manado perlu terus berinovasi dan mendiversifikasi produk mereka, terutama dengan memanfaatkan kreativitas dan inovasi yang dimiliki oleh para perempuan pelaku usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kreativitas diterapkan dalam pengembangan produk oleh para pelaku bisnis aksesoris di Kota Manado. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat kreativitas dalam proses pengembangan produk tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif dan inovatif bagi para pelaku industri kreatif di Manado, serta mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di daerah tersebut. Secara khusus, penelitian ini akan menjawab beberapa pertanyaan penting, seperti: Sejauh mana kreativitas mempengaruhi pengembangan produk dalam bisnis aksesoris? Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kreativitas dalam pengembangan produk? Melalui jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran kreativitas dalam pengembangan bisnis aksesoris dan industri kreatif secara umum di Kota Manado.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kaitan antara kreativitas dan produktivitas bisnis
2. Untuk mengetahui sejauh mana proses kreativitas produk dapat meningkatkan produktivitas bisnis
3. Untuk mengetahui perbandingan produktivitas bisnis sebelum dan sesudah adanya kreasi produk

TINJAUAN PUSTAKA

Kreativitas

Menurut Drevdahl dalam Hurlock (2017), kreativitas merupakan Kemampuan seseorang untuk membuat karya, barang, atau gagasan apa saja yang sepenuhnya baru dan tidak pernah dibuat sebelumnya. Ia dapat berupa upaya kreatif atau sintesis pemikiran yang menghasilkan lebih dari sekadar perangkuman. Dalam pengertiannya kreativitas adalah hal yang baru, dan juga penggabungan dari item yang sudah ada sehingga menghasilkan suatu ide atau gagasan yang lebih sempurna dan lengkap. Dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan sebuah proses peningkatan, proses yang membutuhkan waktu, tenaga, dan ide baru. Dalam konteks bisnis aksesoris, kreativitas dapat diartikan sebagai upaya penciptaan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memberikan kepuasan estetika yang baru dan berbeda kepada pasar. Kreativitas juga dapat didukung oleh berbagai sumber dan tren. Sebagai pemilik bisnis aksesoris, dituntut haruslah memiliki jiwa kreativitas yang tinggi, agar dapat mempertahankan bisnisnya.

Produktivitas Bisnis

Menurut Riyanto (2014), secara teknis produktivitas adalah suatu perbandingan antara hasil yang dicapai (output) dengan keseluruhan sumber daya yang diperlukan (input). Produktivitas mengandung pengertian

perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran tenaga kerja persatuan waktu. Sedangkan menurut Hasibuan (1999), produktivitas adalah perbandingan antara output (hasil) dengan input (masukan). Jika produktivitas naik akan meningkatkan efisiensi (waktu-bahan-tenaga) dan sistem kerja, teknik produksi dan adanya peningkatan keterampilan dari tenaga kerjanya. Dapat disimpulkan bahwa produktivitas adalah faktor utama keberhasilan bisnis, jika produktivitas mengalami kenaikan yang signifikan, maka bisnis akan semakin mudah dalam pencapaian targetnya.

Penelitian Terdahulu

Penelitian Sulaeman (2021) bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kreativitas, Inovasi Produk dan Kesuksesan Usaha, serta untuk mengetahui besarnya pengaruh dan Inovasi Produk terhadap Kesuksesan Bisnis Roemah Brownies Gemirasary Bandung pada usaha kuliner baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah agen/reseller produk Roemah Brownies Gemirasary yang berjumlah 102 orang, dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sama dengan populasi yang digunakan. Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif yang terdiri dari analisis regresi berganda, analisis komparatif, dan koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis dengan melakukan uji t parsial dan uji f secara bersamaan. Analisis untuk variabel Kreativitas berada pada kategori baik, variabel Inovasi Produk berada pada kategori baik, dan variabel Keberhasilan Usaha berada pada kategori sangat baik. Hasil uji coba menunjukkan bahwa Kreativitas dan Inovasi Produk penting bagi Kesuksesan dan kemajuan Bisnis. Hasil uji hipotesis membuktikan terdapat perbedaan besarnya pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian Hawoe, Rizqi, dan Putra (2023) bertujuan untuk menganalisis pentingnya inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan daya saing UMKM kerajinan bunga di jalan sutoyo, Denpasar Barat. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, pengumpulan data dengan dilakukan tanya jawab, pemantauan, dan studi kepustakaan. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa UMKM kerajinan karangn bunga di jalan sutoyo berhasil menumbuhkan inovasi dan kreativitas pengrajin, maka dari itu mampu mewujudkan model kerajinan bunga yang baru dan dapat meninggikan tingkat persaingan dalam penjualan.

Penelitian Suryadharma dkk (2023) bertujuan untuk menyelidiki strategi kolaboratif yang digunakan oleh perusahaan desain grafis di Kota Bandung, Indonesia, untuk mendorong inovasi bisnis. Melalui wawancara mendalam dengan perwakilan dari perusahaan terpilih, studi ini mengidentifikasi kolaborasi lintas disiplin, kreasi bersama dengan klien, jaringan dengan pemangku kepentingan eksternal, dan budaya kerja yang terbuka dan inklusif sebagai tema utama yang berkontribusi pada inovasi.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Kajian Teoritik

Preposisi

Berdasarkan pengembangan preposisi dan model penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka preposisi yang diajukan dalam penelitian ini adalah hasil kreativitas dan inovasi dari produk untuk meningkatkan produktivitas bisnis pada bisnis aksesoris di kota Manado.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan datanya adalah Observasi wawancara dan

Dokumentasi dimana studi ini diklasifikasikan ke dalam metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2020), bahwa pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan filsafat sebagai dasar penelitian kondisi ilmiah (eksperimen), dengan peneliti sebagai alat utamanya. Metode penelitian ini diambil dengan tujuan mendapatkan hasil analisa dari hubungan kreativitas dan inovasi terhadap produktivitas pada bisnis aksesoris di Manado.

Jenis dan Sumber Data

1. Sumber data primer yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, dan sumber data primer dalam penelitian ini adalah persepsi dari pemilik dan pelanggan bisnis aksesoris di Manado. sumber data diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara melihat keadaan langsung pada lokasi bisnis. Peneliti menggunakan hasil dari wawancara dan observasi sebagai data primer
2. Sumber data sekunder yang didapat oleh penelitian ini adalah melalui dokumentasi pada arsip, dengan cara mengobservasi dan mengkomparasi hasil dari kreativitas setelah dilakukannya inovasi.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi. Menurut Sugiyono (2020:109) observasi adalah kondisi di mana peneliti melakukan pengamatan secara langsung untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konteks data dalam konteks sosial yang luas. Observasi Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dengan mengamati hasil hasil produk tiap tahunnya, dan menilai bagaimana kreativitas dan inovasi berpengaruh dalam produktivitas pada bisnis aksesoris di Manado
2. Wawancara. Menurut Sugiyono (2020:114) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk berbagi ide dan gagasan melalui tanya jawab. Penelitian ini melibatkan wawancara terhadap owner dan beberapa pelanggan sebagai penunjang data untuk penelitian ini. Jenis wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara semi-terstruktur, dimana peneliti menggabungkan antara teknik wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Pertanyaan yang akan diajukan kepada informan akan identik dengan yang diberikan kepada orang lain, namun peneliti akan mengembangkan pertanyaan tersebut mengikuti perkembangan jawaban dari informan. Dengan demikian peneliti dapat mengumpulkan data yang lebih akurat dan lebih memuaskan. Wawancara akan dilakukan secara individual, melalui tatap muka secara langsung dan *online* melalui aplikasi *zoom virtual meeting*.
3. Dokumentasi. Menurut Sugiyono (2020:124) dokumentasi adalah pengumpulan informasi tentang peristiwa masa lalu dalam bentuk tulisan, foto, atau karya monumen. Pada penelitian ini dilakukan dengan mengobservasi hasil dari dokumentasi pada setiap inovasi yang dilakukan yang mempengaruhi penjualan bisnis aksesoris Manado. contohnya, dokumentasi produk awal *launching* akan sangat berbeda dengan dokumentasi produk tahun ini, dimana kreativitas dan inovasi produk telah berkembang pesat. Setelah mengobservasi, peneliti akan membandingkan dan mencatat hasil penelitian tersebut.

Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, diambil 4 bisnis sebagai sumber informasi, yang diklasifikasikan lagi menjadi pemilik bisnis dan konsumen bisnis. Adapula penentuan pemilihan bisnis yang terpilih adalah telah melakukan penjualan lebih dari satu tahun. dan penentuan pemilihan konsumen bisnis adalah telah melakukan lebih dari 2 pembelian dengan produk yang sama. Bisnis yang didapatkan sebagai informan adalah *Fortune Bracelet*, *Cassie Beads*, *Forbeloops*, *Yinhe Beads*.

Teknik Analisis

1. Reduksi Data.
Reduksi data adalah tahapan merangkum dan menyeleksi data data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Peneliti akan mengelompokkan berdasarkan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian ini, misalnya produk produk hasil inovasi dari fortune bracelet. kemudian setelah dikelompokkan maka akan diseleksi untuk melihat data data pokok yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Tujuan dari reduksi data adalah untuk memastikan agar laporan dapat dibuat dengan baik, sesuai dengan tujuan awalnya, selain itu untuk membantu peneliti untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan telah diselesaikan dan sesuai dengan kebutuhan penelitian, dan meminimalisir kekurangan dan kesalahan dalam penelitian, sehingga penelitian berlangsung secara efisien.
2. Komparasi
Setelah dilakukannya Reduksi data, langkah selanjutnya adalah meng-komparasi data. Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat, menilai dan membandingkan data-data setiap tahunnya, dan akan akan membandingkan

produk sebelum adanya inovasi dan produk sesudah diadakannya inovasi, kemudian akan diambil kesimpulan sesuai tujuan utama dari penelitian ini.

3. Penarikan Kesimpulan

Sugiyono (2015:345) menyampaikan, proses penarikan simpulan melibatkan usaha dalam menemukan atau memahami signifikansi, pola yang teratur, kejelasan, serta hubungan sebab-akibat. Kesimpulan yang dihasilkan harus segera dikonfirmasi dengan melakukan pemeriksaan ulang dan mengoreksi informasi, sambil merujuk kembali pada catatan-catatan yang ada untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.

Teknik Keabsahan Data

1. Perpanjangan pengamatan

Peneliti akan melakukan perpanjangan pengamatan untuk memastikan kembali kebenaran dari penelitian ini, peneliti akan kembali ke lapangan, mewawancarai informan dengan data yang lebih baik, agar informasi yang didapatkan semakin objektif dan jelas. Perpanjangan pengamatan dilakukan untuk menjamin bahwa informasi yang sebelumnya didapatkan masih sama dan tetap, jika peneliti merasa bahwa data sudah dapat dipertanggungjawabkan, maka penelitian akan dilanjutkan dan perpanjangan pengamatan dikatakan telah selesai.

2. Triangulasi

Triangulasi adalah metode pemeriksaan keabsahan data yang menggabungkan berbagai cara pengumpulan data dan sumber data. Pendekatan triangulasi memanfaatkan informasi yang dikumpulkan dari sumber lain selain data penelitian untuk tujuan validasi atau perbandingan data yang telah dikumpulkan satu dengan yang lain. Dalam penelitian ini, digunakan teknik triangulasi sumber. Menjelaskan bahwa triangulasi sumber merupakan proses membandingkan dan mengevaluasi tingkat kepercayaan data yang dikumpulkan selama penelitian kualitatif melalui berbagai instrumen dan metode. Penerapan teknik ini melibatkan perbandingan antara data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memverifikasi konsistensi dan keakuratan informasi yang terkumpul.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kreativitas

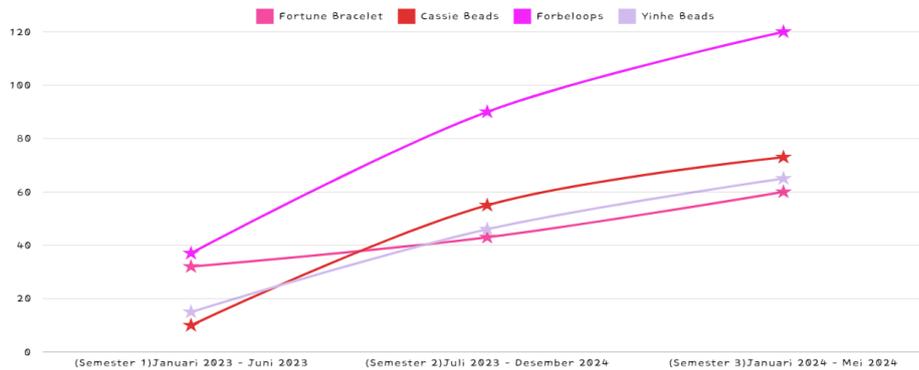
Berdasarkan hasil wawancara dengan informan selaku pemilik bisnis, para informan mengatakan bahwa setiap periode terdapat penambahan model kreativitas yang baru, seperti pada tahun 2022 hanya melakukan penjualan gelang polos hitam putih, namun pada 2024 sudah melakukan peningkatan dengan menjual gelang warna warni dengan tambahan nama, atau dengan ornament bunga. Konsumen juga mengatakan bahwa cukup menantikan perubahan kreativitas lanjutan dari masing-masing bisnis. Sehingga kreativitas menjadi kunci utama dalam penjualan bisnis aksesoris di kota Manado. Perusahaan yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi cenderung lebih sukses. Kreativitas yang memungkinkan perusahaan untuk terus berevolusi dan tetap relevan. Maka dari itu semua informan pemilik bisnis yang diwawancarai kali ini bersifat sukses dalam pengembangan kreativitasnya karena berhasil mengembangkan produknya dari yang semula biasa saja, menjadi produk yang berarti dan memiliki nilai kreatifitas yang tinggi.

Produktivitas Bisnis

Produktivitas bisnis adalah ukuran yang menggambarkan efisiensi dan efektivitas dalam mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan bisnis. Dalam penelitian ini, bisnis yang dapat dikatakan sukses dan produktif adalah bisnis yang mendapatkan banyak pelanggan baru, dan pelanggan tetap yang kembali membeli setelah diadakannya inovasi dari produk. Setelah berhasil mengembangkan inovasi produk, bisnis belum bisa dikatakan produktif jika tidak mengalami perubahan, perubahan yang dimaksud adalah kenaikan secara penjualan. Maka dari itu dilibatkan data tahunan untuk menganalisa produktivitas bisnis pada bisnis aksesoris di kota Manado.

Dapat dilihat dari gambar 2 bahwa masing-masing bisnis memiliki statistika penjualan yang berbeda. Fortune Bracelet yang pada semester pertama hanya mendapatkan 32 penjualan, kemudian mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu, pada Semester kedua sebanyak 42 penjualan, dan pada semester ketiga mendapatkan 60 penjualan. Bisnis kedua, Cassie Beads pada semester pertama hanya mendapatkan 10 penjualan, kemudian pada semester kedua mengalami peningkatan besar menjadi sebanyak 55 penjualan, dan pada semester ketiga terdapat sebanyak 73 penjualan. Adapula pada bisnis Forbeloops yang menjadikan gelang sebagai produk utama bisnis ini, pada semester pertama mendapatkan 37 penjualan, kemudian mengalami peningkatan pesat pada semester kedua yakni 90 penjualan, dan pada semester ketiga mendapatkan sebanyak 120 penjualan.

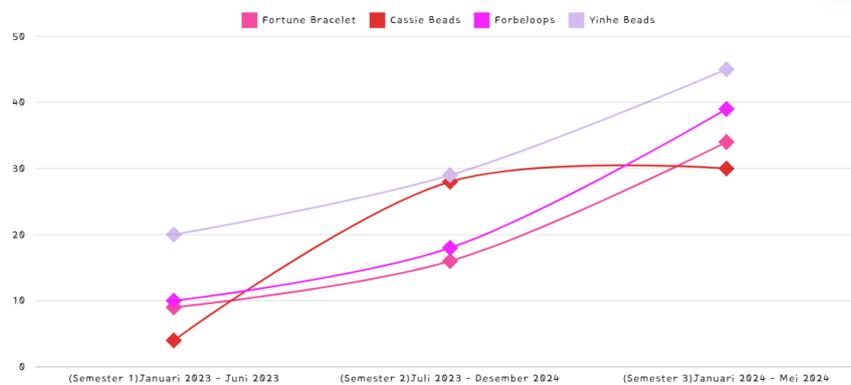
Dan pada bisnis Yinhe Beads, semester pertama mendapatkan 15 penjualan, semester kedua mendapatkan kenaikan pesat yaitu sebanyak 46 penjualan, dan semester ketiga sebanyak 65 penjualan.



Gambar 2. Data Penjualan Gelang

Sumber: Hasil Penelitian

Pada gambar 3, data penjualan dibagi menjadi 3 bagian, tiap semesternya. Pada Fortune Bracelet semester pertama berhasil menjual 9 cincin, kemudian pada semester kedua bertambah menjadi 16 penjualan, dan puncaknya pada semester ketiga mendapatkan 34 penjualan. Kemudian pada bisnis Cassie Beads semester pertamanya hanya berhasil menjual 4 pcs cincin, kemudian mendapatkan penambahan drastis pada semesternya yang kedua sebanyak 28 penjualan dan pada semesternya yang ketiga berhasil mendapatkan 30 penjualan. Pada bisnis Forbeloops semester pertama berhasil menjual sebanyak 10 pcs cincin, pada semester kedua sebanyak 18 pcs cincin, dan puncaknya pada semester ketiga sebanyak 39 penjualan. Dan Yinhe Beads pada semester pertamanya berhasil menjual sebanyak 20 pcs, semester kedua sebanyak 29 pcs, dan pada semester ketiga 45 pcs cincin.



Gambar 3. Data Penjualan Cincin

Sumber: Hasil Penelitian

Pada bagian sebelumnya dikatakan bahwa pemilik bisnis telah sukses mengembangkan produknya menjadi lebih kreatif dan inovatif. Didukung dengan data yang ada maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas sangat berpengaruh besar terhadap produktivitas bisnis. Setelahnya kita dapat melihat bagaimana respon dari pelanggan terkait hal tersebut. Hal tersebut dapat menjadi indikator tambahan dalam melihat apakah bisnis aksesoris tersebut tergolong sudah cukup produktif atau tidak. Untuk melihat produktivitas bisnis, pelanggan bisnis yang sebagaimana menjadi informan dalam penelitian ini diberi pertanyaan tentang frekuensi pemakaian dari aksesoris yang dibeli, agar dapat mengetahui sebagaimana diperlukannya aksesoris bagi kalangan umum.

Didapati bahwa beberapa pelanggan menjadikan aksesoris sebagai kebutuhan. Dengan frekuensi pemakaian produk setiap hari, akan menambah tingkat percaya diri dari seseorang. Namun, tidak semua orang menjadikan aksesoris sebagai kebutuhan utama mereka. Adapula yang hanya menjadikan aksesoris sebagai pelengkap fashion saja. Kebutuhan pemakaian aksesoris tiap orang berbeda beda. Ada yang menjadikan sebagai kebutuhan setiap harinya, dan sebaliknya. Dari kedua respon yang berbeda tersebut, penulis mencoba lebih mencari tahu secara detail, dan menarik kesimpulan yaitu apakah dengan frekuensi pemakaian yang berbeda

tersebut, pelanggan akan tetap tertarik untuk kembali membeli meskipun aksesoris yang dimiliki sudah ada, atau aksesoris yang akan dibeli belum tentu dipakai setiap hari.

Pada informan yang memiliki ketertarikan besar pada aksesoris, dan memiliki frekuensi tinggi pemakaian aksesoris, mereka menegaskan bahwa akan membeli kembali produk yang sama, ataupun produk yang telah dilakukannya inovasi. Pada informan yang memiliki frekuensi pemakaian aksesorisnya sedikit, menegaskan bahwa tetap akan membeli aksesoris yang sama, ataupun yang telah dilakukannya inovasi.

Dapat disimpulkan bahwa frekuensi pemakaian yang kecil tidak menutup kemungkinan pelanggan untuk tidak membeli lagi pada aksesoris yang sama, atau aksesoris baru yang telah dilakukannya inovasi.

Kreativitas penting untuk beradaptasi dengan tren dan perubahan pasar, dan bagaimana inovasi dalam produk dan strategi pemasaran dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Perusahaan yang mampu menciptakan ide-ide baru dan inovatif dalam pemasaran dan pengembangan produk akan lebih berhasil dalam mempertahankan dan meningkatkan produktivitas mereka. Melalui wawancara yang dilakukan oleh konsumen, Dapat disimpulkan bahwa pelanggan juga menantikan produk produk lain yang bisa digunakan, tidak hanya gelang, kalung, cincin. Mengingat bahwa jenis aksesoris yang sangat banyak, dan tidak terbatas cara penggunaannya.

Semua pemilik bisnis yang menjadi informan dalam penelitian ini, setuju bahwa Kreativitas dan Inovasi merupakan kunci utama pada produktivitas bisnis mereka. Karena pada saat dimana produk dilakukan inovasi baru maka akan semakin banyak konsumen yang tertarik. Inovasi yang mempengaruhi juga tidak hanya sekedar pada inovasi produk, melainkan inovasi pada penjualan. Apa yang ditampilkan pada sosial media bisnis juga turut serta mempengaruhi penjualan yang akan berdampak pula pada produktivitas bisnis. Semakin menarik promosi yang ditawarkan pada media sosial maka akan semakin banyak pelanggan baru yang tertarik untuk berbelanja.

Selain itu juga juga frekuensi pemakaian produk pada pelanggan juga turut serta berpengaruh dalam mengukur produktivitas bisnis, semakin sering frekuensi penggunaan aksesoris yang dipakai oleh pelanggan, maka akan semakin sering juga pelanggan tersebut akan membeli pada toko atau produk yang sama. Namun tidak menutup kemungkinan juga pada pelanggan yang jarang menggunakan aksesoris. Dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang jarang menggunakan aksesoris setiap harinya tetap akan membeli produk atau aksesoris yang sama dengan inovasi, untuk kebutuhan penunjang fesyen.

Kesimpulan terakhir menunjukkan bahwa, semakin bisnis tersebut ingin mengembangkan kreativitas produk mereka, maka akan semakin berkembang juga bisnis yang dijalankan. Mengingat bahwa saat ini sangat lekat sekali dengan tren. Aksesoris sebagai salah satu bagian dari Ekonomi Kreatif juga memiliki peran besar dalam tren masa kini. Dan para pemilik bisnis juga harus sadar akan hal tersebut, demi pengembangan bisnisnya.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kreativitas dan produktivitas saling berkaitan erat. Kreativitas membantu bisnis untuk mengembangkan produk yang unik dan inovatif sehingga dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan loyal.
2. Kreativitas dapat meningkatkan produktivitas bisnis dengan banyak cara, seperti menambahkan inovasi baru yang mengikuti tren, melakukan promosi sosial media dan kampanye yang menarik pelanggan baru dan memberikan diskon pembelian kepada konsumen loyal.
3. Perbandingan yang dirasakan oleh pemilik bisnis cukup besar, sebelum adanya kreativitas dan inovasi baru, produk yang mengikuti desain klasik yang hanya dikenal oleh relasi penjual. Namun setelah diadakan inovasi produk, bisnis mengalami perubahan signifikan, yang menjadikan produk lebih menarik secara visual, memberikan nilai tambah kepada pelanggan, serta menarik lebih banyak pelanggan. Hal ini menjadikan bisnis lebih produktif dan mendatangkan lebih banyak keuntungan

Saran

Berdasarkan kesimpulan, diperoleh saran untuk pengembangan bisnis:

1. Pemilik bisnis diharuskan untuk terus mengikuti perkembangan jaman, dan tren sehingga dapat terus diterapkan pada bisnis, yang akan berdampak besar pada produktivitas bisnis yang dijalankan.
2. Selain mengikuti tren yang ada, para pemilik bisnis juga harus memanfaatkan media sosial sebaik mungkin, karena media sosial adalah langkah awal yang tepat untuk memperkenalkan bisnis ke publik.
3. Frekuensi pemakaian aksesoris setiap orang juga berbeda beda sesuai kebutuhan, beberapa diantaranya harus menggunakan aksesoris setiap hari, dan beberapa diantaranya menjadikan aksesoris sebagai penunjang fesyen, maka dari itu pemilik bisnis harus mengetahui inovasi produk yang tepat yang dapat digunakan oleh semua orang di segala kondisi dan aktivitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, M.S.P. (1999). *Organisasi Dan Motivasi: Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hawoe, D.J., Rizqi, A.M., & Putra, I.P.R.S. (2023). Pentingnya Inovasi Dan Kreativitas Dalam Peningkatan Hasil Penjualan Pada Usaha Toko Bunga Anyelir Di Kecamatan Denpasar Barat Tahun 2022. *Prospek*, Vol. 2, No. 2. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/2631>.
- Hurlock, E.B. (2017). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Riyanto, J. (2014). *Produktivitas dan Tenaga Kerja*. Jakarta: SIUP
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulaeman, I. (2021). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kemajuan Usaha pada Roemah Brownies Gemirasary Bandung. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(3). <https://jurnal.unpad.ac.id/jppm/article/view/39322>.
- Suryadharma, M., Asthiti, A. N. Q., Putro, A. N. S., Rukmana, A. Y., & Mesra, R. (2023). Strategi Kolaboratif dalam Mendorong Inovasi Bisnis di Industri Kreatif: Kajian Kualitatif pada Perusahaan Desain Grafis. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), 172–181. <https://sj.eastasouth-institute.com/index.php/smb/article/view/221>.

