

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini membahas secara mendalam peran pemikiran strategis dalam proses identifikasi dan penilaian ide bisnis baru yang diusulkan oleh mahasiswa Magister Manajemen Universitas Andalas. Integrasi antara metode *How Might We (HMW)* dan kerangka *Venture Idea Assessment (VIA)* memberikan pemahaman yang lebih sistematis dan terukur mengenai bagaimana ide bisnis dapat dikembangkan dan dievaluasi secara strategis.

Secara umum, hasil penelitian ini dapat dirangkum ke dalam beberapa poin utama berikut:

1. Pemikiran Strategis sebagai Dasar dalam Identifikasi Ide Bisnis

Pemikiran strategis terbukti memiliki peran penting dalam tahap awal proses identifikasi ide bisnis baru. Mahasiswa yang menerapkan pemikiran strategis mampu merumuskan masalah yang relevan dengan kebutuhan pasar, serta melihat peluang bisnis dari perspektif yang lebih luas. Pendekatan ini mendorong mereka untuk tidak hanya berpikir kreatif, tetapi juga analitis dan reflektif, dengan mempertimbangkan faktor eksternal seperti tren industri, perilaku konsumen, dan potensi risiko. Hasil ini menegaskan bahwa pemikiran strategis merupakan fondasi penting dalam membangun ide bisnis yang memiliki nilai guna dan potensi keberlanjutan.

2. Efektivitas Metode *How Might We (HMW)* dalam Proses Ideasi

Metode *HMW* digunakan untuk membantu mahasiswa merumuskan

masalah secara kreatif dan terbuka, sehingga menghasilkan ide-ide baru yang inovatif. Melalui teknik ini, mahasiswa belajar mengubah permasalahan nyata menjadi pertanyaan eksploratif. Dalam sesi FGD, metode HMW terbukti efektif dalam memicu diskusi kolaboratif dan menghasilkan ide yang relevan dengan kebutuhan pasar. Pendekatan ini mendorong terbentuknya pola pikir adaptif dan inovatif, yang menjadi inti dari proses berpikir strategis dalam kewirausahaan.

3. Peran Kerangka *Venture Idea Assessment (VIA)* dalam Evaluasi Ide Bisnis

Setelah proses ideasi, kerangka VIA digunakan untuk mengevaluasi kelayakan dan potensi ide bisnis yang dihasilkan. Penilaian dilakukan berdasarkan beberapa dimensi utama, seperti keyakinan terhadap kesuksesan ide, kelayakan operasional, peluang pasar, serta risiko bisnis. Penggunaan VIA memberikan struktur evaluasi yang objektif dan berbasis data, sehingga mahasiswa dapat memahami kekuatan dan kelemahan ide mereka. Faktor-faktor seperti modal, sumber daya manusia, kesiapan teknologi, dan tingkat persaingan pasar menjadi indikator penting dalam penilaian ini.

4. Integrasi Pemikiran Strategis, HMW, dan VIA sebagai Pendekatan Holistik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi ketiga komponen tersebut menciptakan kerangka berpikir yang efektif dan sistematis dalam pengembangan ide bisnis. Pemikiran strategis berperan dalam membentuk arah dan logika ide bisnis. Metode *HMW* membuka ruang eksplorasi dan kreativitas untuk menemukan solusi baru. Sementara kerangka *VIA* memastikan ide-ide tersebut

dapat diuji secara objektif dan realistis. Integrasi ini membantu mahasiswa mengembangkan ide bisnis yang tidak hanya inovatif, tetapi juga layak secara pasar dan implementatif, sesuai dengan prinsip kewirausahaan strategis modern.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting baik secara teoretis maupun praktis, yang memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan penerapan nyata dalam bidang kewirausahaan strategis.

1. Implikasi Teoretis

Penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana pemikiran strategis berperan dalam tahap awal kewirausahaan, khususnya pada proses identifikasi dan penilaian ide bisnis baru. Jika sebelumnya konsep pemikiran strategis lebih banyak dibahas dalam konteks manajemen strategis perusahaan yang sudah mapan, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa elemen-elemen utama pemikiran strategis seperti *reflective thinking*, *creative thinking*, dan *system thinking* juga relevan diterapkan pada fase ideasi bisnis. Temuan ini memperkuat teori bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya bergantung pada peluang pasar, tetapi juga pada kualitas proses berpikir strategis yang digunakan untuk menilai dan menyaring ide sejak tahap awal. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis terhadap perluasan konsep *strategic thinking* dari tataran korporasi ke konteks kewirausahaan individu dan pendidikan bisnis.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi

wirausahawan pemula, investor, inkubator bisnis, maupun lembaga pendidikan. Bagi wirausahawan pemula, proses ideasi bisnis perlu dilakukan dengan lensa strategis—bukan hanya mengandalkan intuisi atau tren sesaat—tetapi juga mempertimbangkan aspek kepercayaan pelanggan, keberlanjutan inovasi, kesiapan sistem, dan manajemen risiko. Contohnya, ide Bengkel Online menekankan pentingnya sertifikasi teknisi dan transparansi harga sebagai faktor kepercayaan, ide The Dada menyoroti inovasi produk dan teknologi pengemasan berkelanjutan, ide Platform Itinerary Personal menekankan integrasi data dan dukungan ekosistem pariwisata, sedangkan ide Socialpreneur Pendidikan menunjukkan pentingnya strategi pendanaan campuran untuk menjaga keberlanjutan sosial. Bagi investor, penelitian ini memberikan dasar untuk menilai ide bisnis secara objektif menggunakan kerangka pemikiran strategis dan Venture Idea Assessment (VIA). Sementara bagi inkubator bisnis, hasil ini menegaskan pentingnya integrasi pelatihan berpikir strategis dalam program pendampingan agar peserta mampu menyeimbangkan kreativitas ide dengan analisis keberlanjutan dan risiko. Terakhir, bagi lembaga pendidikan, penelitian ini menunjukkan bahwa pemikiran strategis perlu diajarkan sebagai kompetensi inti kewirausahaan, guna membekali mahasiswa dengan kemampuan berpikir analitis, reflektif, serta adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan ide bisnis yang inovatif harus didukung oleh kerangka berpikir strategis yang komprehensif, sehingga proses ideasi tidak hanya menghasilkan gagasan kreatif, tetapi juga solusi yang layak, terukur, dan berkelanjutan di pasar yang kompetitif.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian hanya melibatkan sejumlah narasumber tertentu melalui wawancara mendalam. Hal ini menyebabkan temuan penelitian bersifat eksploratif dan belum dapat digeneralisasi pada populasi yang lebih luas.

Kedua, pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis tematik, sehingga hasil penelitian lebih menekankan pada kedalaman pemahaman ketimbang keluasan data. Keterbatasan ini membuat penelitian belum mampu memberikan bukti kuantitatif mengenai sejauh mana pemikiran strategis memengaruhi keberhasilan ide bisnis secara empiris.

Ketiga, penelitian ini hanya berfokus pada tahap identifikasi dan penilaian ide bisnis, tanpa melibatkan uji implementasi dalam bentuk prototipe atau pengujian pasar. Hal ini membatasi kemampuan penelitian untuk menilai sejauh mana ide-ide yang dibahas benar-benar layak direalisasikan secara praktis. Keempat, penelitian belum mempertimbangkan faktor eksternal seperti regulasi pemerintah, kondisi ekonomi makro, atau perkembangan teknologi yang juga dapat memengaruhi penilaian dan keberhasilan ide bisnis.

Dengan adanya keterbatasan ini, hasil penelitian perlu dipandang sebagai pijakan awal yang memberikan gambaran konseptual tentang peran pemikiran strategis dalam ideasi bisnis, namun tetap memerlukan verifikasi dan pengembangan lebih lanjut melalui metode penelitian yang berbeda.

5.4 Saran

Bagi Peneliti Selanjutnya

- Melakukan penelitian kuantitatif untuk menguji hubungan antara

pemikiran strategis dan keberhasilan ide bisnis pada sampel yang lebih luas.

- Melakukan studi longitudinal untuk melihat bagaimana pemikiran strategis berperan dalam perkembangan ide bisnis dari tahap awal hingga implementasi.
- Mengombinasikan pendekatan *practice-based research* dengan uji pasar nyata (*pilot project*) guna mendapatkan data empiris yang lebih mendalam.

Bagi Praktisi Bisnis

- Mengintegrasikan elemen pemikiran strategis dalam setiap tahap pengembangan bisnis, mulai dari ideasi, validasi pasar, hingga implementasi.
- Memanfaatkan proses refleksi, kreativitas, dan analisis sistem untuk mengantisipasi risiko sekaligus membangun keunggulan kompetitif.
- Menggunakan hasil penelitian ini sebagai pedoman awal dalam melakukan penilaian ide bisnis secara lebih menyeluruh, bukan hanya berdasarkan tren pasar atau intuisi semata.

