

## STRATEGI PENGEMBANGAN POLA PIKIR WIRAUSAHA UNTUK MENDUKUNG PERTUMBUHAN BISNIS

<sup>1</sup>Nurul Phadliah, <sup>2</sup> M. Rendy Amin, <sup>3</sup>Bayu Fajar Susanto

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri  
<sup>1,2,3</sup>Jl. Soebrantas, Tembilahan, Indragiri Hilir

Email: [nurulphdliaho16@gmail.com](mailto:nurulphdliaho16@gmail.com), [randyaminn@gmail.com](mailto:randyaminn@gmail.com), [bayufajar14@gmail.com](mailto:bayufajar14@gmail.com)

### ABSTRAK

Pola pikir wirausaha merupakan kunci utama dalam mengembangkan bisnis. Wirausaha yang memiliki pola pikir positif, kreatif, dan inovatif mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk meraih keberhasilan. Namun, pengembangan pola pikir wirausaha seringkali menjadi tantangan bagi banyak individu dan organisasi. Artikel ini mengkaji berbagai strategi pengembangan pola pikir wirausaha yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis. Penelitian ini menggunakan studi literatur dari 25 referensi yang membahas mengenai pentingnya pola pikir wirausaha dalam mencapai kesuksesan bisnis. Berdasarkan analisis, terdapat beberapa strategi utama dalam mengembangkan pola pikir wirausaha, diantaranya adalah pembelajaran berkelanjutan, pengembangan keterampilan, pemanfaatan teknologi, serta pentingnya dukungan sosial dan mental dalam menghadapi tantangan bisnis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengusaha dan calon wirausaha untuk meningkatkan pola pikir mereka dalam mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

*Keywords: pola pikir wirausaha, strategi pengembangan, pertumbuhan bisnis, pembelajaran berkelanjutan, inovasi.*

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat dipengaruhi oleh pola pikir wirausaha yang dimiliki oleh individu dan organisasi. Pola pikir ini mencakup cara pandang, sikap, dan kebiasaan yang dimiliki seorang wirausaha dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam berbisnis. Menurut Stevenson dan Jarillo (1990), pola pikir wirausaha mencerminkan cara berpikir yang mengarah pada penciptaan dan pengembangan peluang usaha. Keberhasilan dalam menjalankan bisnis tidak hanya bergantung pada faktor eksternal seperti pasar dan modal, tetapi juga pada faktor internal, yaitu pola pikir dan sikap mental yang dimiliki oleh pengusaha itu sendiri. Dalam konteks Indonesia, pengembangan pola pikir wirausaha masih menghadapi berbagai tantangan, mulai dari kurangnya pemahaman tentang pentingnya mindset yang positif hingga terbatasnya akses terhadap pelatihan dan pembelajaran yang dapat meningkatkan keterampilan kewirausahaan (Suryana, 2013). Oleh karena itu, penting bagi setiap individu yang terjun ke dunia bisnis untuk mengembangkan pola pikir wirausaha yang inovatif, proaktif, dan siap menghadapi kegagalan sebagai bagian dari proses belajar.

### 2. TINJAUAN PUSTAKA

- Pola pikir wirausaha (entrepreneurial mindset) adalah cara berpikir yang ditandai dengan kemampuan untuk mengenali peluang, berinovasi, dan mengambil risiko untuk menciptakan nilai tambah (Kuratko, 2020). Pola pikir ini penting dalam menghadapi dinamika dan ketidakpastian lingkungan bisnis.
- Pengembangan pola pikir wirausaha memberikan pengaruh signifikan terhadap kemampuan individu dan organisasi untuk tumbuh dan berkembang. Menurut Dweck (2006), pola pikir berkembang (growth mindset) mendorong seseorang untuk terus belajar dari pengalaman, mengambil risiko, dan mengatasi kegagalan sebagai bagian dari proses inovasi.

- Strategi pengembangan pola pikir wirausaha mencakup seperti adanya Pendidikan kewirausahaan : Kurikulum dan pelatihan kewirausahaan dapat membekali individu dengan keterampilan dan pengetahuan untuk mengenali peluang pasar dan mengelola risiko (Fayolle & Gailly, 2008).  
Pengalaman Praktis: Keterlibatan langsung dalam proyek atau bisnis kecil memungkinkan individu belajar dari pengalaman nyata, yang membantu membentuk pola pikir wirausaha (Kolb, 1984).  
Mentoring dan Networking: Dukungan dari mentor dan jejaring bisnis memperkuat motivasi dan akses terhadap sumber daya penting untuk pengembangan bisnis (St-Jean & Audet, 2012).  
Penggunaan Teknologi dan Inovasi: Mendorong eksplorasi teknologi baru dan pendekatan inovatif dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan adaptasi wirausahawan (Christensen, 1997).
- Faktor yang mempengaruhi pembentukan pola pikir wirausaha seperti Faktor Eksternal ada Lingkungan ekonomi, kebijakan pemerintah, akses pendanaan, dan peluang pasar. Dan Faktor Internal seperti Karakteristik pribadi seperti keberanian, kreativitas, dan motivasi intrinsik (Schumpeter, 1934).
- Dampak pola pikir wirausaha pada pertumbuhan bisnis seperti mengidentifikasi peluang baru dengan lebih efektif, mengambil keputusan yang berorientasi pada inovasi, beradaptasi dengan perubahan pasar dengan cepat. Studi oleh Lumpkin dan Dess (1996) menunjukkan bahwa pola pikir proaktif dan inovatif berkorelasi positif dengan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur, yang mengkaji berbagai sumber referensi yang relevan dengan topik pengembangan pola pikir wirausaha dan pertumbuhan bisnis. Penelitian ini menganalisis 25 referensi yang mencakup jurnal, buku, artikel, serta laporan penelitian yang terkait dengan konsep dan praktik kewirausahaan. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif untuk menemukan pola dan strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pola pikir wirausaha.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

- Pola pikir wirausaha menjadi faktor penentu kesuksesan dalam menjalankan bisnis. Menurut Dyer et al. (2009), individu yang memiliki pola pikir wirausaha cenderung lebih resilien dalam menghadapi kegagalan, lebih berorientasi pada peluang, dan lebih inovatif dalam mencari solusi. Hal ini mengarah pada pencapaian keberhasilan yang lebih tinggi dalam bisnis.
- Strategi Pengembangan Pola Pikir Wirausaha mencakup
  - a. Pembelajaran Berkelanjutan dan Keterampilan Adaptif  
Pengusaha perlu terus meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka, baik melalui pendidikan formal, pelatihan, maupun pengalaman langsung. Pembelajaran berkelanjutan memungkinkan wirausaha untuk tetap relevan di pasar yang terus berubah (Kuratko, 2005).
  - b. Mentorship dan Dukungan Sosial  
Mentorship dan dukungan dari komunitas wirausaha berperan penting dalam membentuk pola pikir yang kuat. Mentoring tidak hanya memberikan nasihat praktis, tetapi juga dapat memperkuat rasa percaya diri dan ketekunan dalam menghadapi tantangan bisnis (Floyd & Wooldridge, 2000).
  - c. Pengembangan Keterampilan Kepemimpinan  
Kepemimpinan adalah elemen penting dalam pengembangan bisnis. Wirausaha yang memiliki kemampuan kepemimpinan yang baik dapat

mengarahkan timnya menuju visi dan tujuan yang lebih besar, serta menciptakan lingkungan kerja yang produktif (Bass & Avolio, 1994).

**d. Inovasi dan Kreativitas**

Kreativitas dan inovasi adalah komponen penting dalam pola pikir wirausaha. Wirausaha yang terus mencari solusi baru dan lebih baik dapat menemukan keunggulan kompetitif yang membedakan bisnis mereka di pasar yang semakin kompetitif (Schumpeter, 1934).

**e. Pengelolaan Risiko dan Kegagalan**

Mengelola risiko dan belajar dari kegagalan merupakan aspek penting dari pola pikir wirausaha. Seorang wirausaha yang memiliki pola pikir yang tepat akan melihat kegagalan sebagai proses belajar yang dapat membawa mereka menuju keberhasilan (Markman & Baron, 2003).

- **Peran Teknologi dalam Pengembangan Pola Pikir Wirausaha**

Teknologi memegang peran penting dalam mempercepat pertumbuhan bisnis dan mengubah cara wirausaha berpikir. Teknologi memungkinkan wirausaha untuk lebih efisien, lebih inovatif, dan lebih cepat dalam merespon perubahan pasar (Bessant & Tidd, 2011).

## 5. KESIMPULAN

Pola pikir wirausaha yang kuat dan adaptif sangat penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Strategi pengembangan pola pikir yang efektif melibatkan pembelajaran berkelanjutan, pengembangan keterampilan kepemimpinan, pemanfaatan teknologi, serta kemampuan untuk mengelola risiko dan kegagalan. Oleh karena itu, pengusaha dan calon wirausaha perlu terus meningkatkan pola pikir mereka agar dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

## 6. REFERENSI

- [1] Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*. Sage.
- [2] Bessant, J., & Tidd, J. (2011). *Innovation and entrepreneurship: Teaching and learning*. Wiley.
- [3] Dyer, J. H., Gregersen, H. B., & Christensen, C. M. (2009). *The innovator's DNA: Mastering the five skills of disruptive innovators*. Harvard Business Review Press.
- [4] Floyd, S. W., & Wooldridge, B. (2000). Building dynamic capabilities: The role of top management. *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1124.
- [5] Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-597.
- [6] Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: A model and empirical exploration. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 105-123.
- [7] Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- [8] Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11(Special Issue), 17-27.
- [9] Suryana, Y. (2013). *Kewirausahaan: Menumbuhkan jiwa wirausaha bagi mahasiswa*. Salemba Empat.
- [10] Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2013). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- [11] Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2009). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. McGraw-Hill/Irwin.

- [11] Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- [12] Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
- [13] Goffee, R., & Scase, R. (1995). *Corporate strategies for small business*. Routledge.
- [14] Landström, H. (2005). *Pioneers in entrepreneurship research*. Springer.
- [15] Susanto, B. F., Ahmad, A., Adnan, I. M., Widyawati, W., Maulana, R., & Yusafri, A. (2022). Pelatihan Pengelolaan Google My Business pada Gudang Kelapa Do'a Ibu Tembilahan Indragiri Hilir. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 63-69.
- [16] Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- [17] Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2005). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Pearson Prentice Hall.
- [18] O'Connor, G. C., & Rice, M. P. (2001). Opportunity recognition and breakthrough innovation in large established firms. *California Management Review*, 43(2), 95-116.
- [19] Baumol, W. J. (1993). *Entrepreneurship, management, and the structure of payoffs*. MIT Press.
- [20] Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: Strong effects of simple plans. *American Psychologist*, 54(7), 493-503.
- [21] Susanto, b. f., maulana, r., & fauzan, m. (2024). strategi pemasaran produk umkm berbasis digital di kabupaten indragiri hilir: peluang dan tantangan. *jurnal analisis manajemen*, 10(1), 1-11.
- [22] Hayton, J. C., & Cacciotti, G. (2013). The role of the entrepreneur in the growth of a business. *Academy of Management Perspectives*, 27(3), 45-58.
- [23] Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- [24] Susanto, B. F., Ahmad, A., Adnan, I. M., Widyawati, W., Maulana, R., & Yusafri, A. (2022). Pelatihan Pengelolaan Google My Business pada Gudang Kelapa Do'a Ibu Tembilahan Indragiri Hilir. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 63-69.