

Strategi Sukses Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Pengembangan Pengembangan Bisnis *Ice Cream Pink Chiling*

Gia Cinta Saria Manik¹, Malvira Pohan², Simeon Adrian Simatupung³, Putri Kemala Dewi Lubis⁴

¹²³⁴Fakultas Ekonomi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Medan

gcinta286@gmail.com¹, malviraaviraa@gmail.com²,
adriansimatupang2019@gmail.com³, putrikemala@ac.unimed.id⁴

ABSTRACT

This research discusses the management of creativity and innovation in the ice cream business in Indonesia, with a focus on the Pink Chilling business case study. Globalization and technological advances have encouraged companies to continue to innovate in order to survive and develop in intense competition. This research uses a qualitative approach with data collection methods through interviews and literature analysis. The research results show that Pink Chilling is an ice cream business founded in April 2023 by the Agustina family. By using innovation in product prices, menu variations and creative services, Pink Chilling has succeeded in attracting customer interest and increasing market share. The implementation of creative management policies, systematic supervision, and innovative sales strategies have helped Pink Chilling create a work environment that supports creativity and innovation, as well as increasing customer satisfaction and business growth. This research concludes that creativity and innovation management play an important role in the success of the Pink Chilling ice cream business, as well as providing insight into the importance of creative strategies in facing intensive business competition.

Keywords: management, creativity, Pink Chilling

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang manajemen kreativitas dan inovasi dalam bisnis *ice cream* di Indonesia, dengan fokus pada studi kasus bisnis Pink Chilling. Globalisasi dan kemajuan teknologi telah mendorong perusahaan untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang dalam persaingan yang ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan analisis literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pink Chilling merupakan bisnis *ice cream* yang didirikan pada April 2023 oleh keluarga Agustina. Dengan menggunakan inovasi pada harga produk, variasi menu, dan pelayanan kreatif, Pink Chilling berhasil menarik minat pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar. Implementasi kebijakan manajemen kreatif, pengawasan yang sistematis, dan strategi penjualan yang inovatif telah membantu Pink Chilling dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kreativitas dan inovasi, serta meningkatkan kepuasan pelanggan dan pertumbuhan bisnis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen kreativitas dan inovasi memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis *ice cream* Pink Chilling, serta memberikan wawasan tentang pentingnya strategi kreatif dalam menghadapi persaingan bisnis yang intensif.

Kata kunci: manajemen, kreativitas, Pink Chilling

PENDAHULUAN

Saat ini era globalisasi dan kemajuan teknologi yang berkembang pesat, tak hanya masyarakat biasa namun perusahaan pun harus terus berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang dalam banyaknya persaingan. Dikarenakan dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif, pengelolaan kreativitas dan inovasi merupakan kunci terpenting menuju kesuksesan yang berkeberlanjutan. (Susilowati, 2024). Inovasi tidak terbatas pada penciptaan produk dan layanan baru, namun juga mencakup pengembangan proses bisnis, model operasi, dan strategi pemasaran yang efektif. Sumber inovasi ini adalah kreativitas yang lahir dari kemampuan berpikir mandiri dan menemukan peluang di tempat dan cara yang tidak terduga.

Berdasarkan informasi terkini, bisnis pada pasar *ice cream* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Laporan dari (Global Data, 2022) menyebutkan bahwa pasar *ice cream* Indonesia memiliki nilai sebesar \$575.8 juta pada tahun 2021 dan diproyeksikan akan tumbuh dengan CAGR lebih dari 6% selama periode 2021-2026. Kategori *ice cream* impulsif memakai porsi tunggal, memimpin pasar baik dalam nilai maupun volume, namun kategori *ice cream* rumahan dan massal diperkirakan akan tumbuh paling cepat dalam hal nilai. Sementara kategori *ice cream* artisan diperkirakan akan tumbuh paling cepat dalam volume selama periode yang sama. Untuk data spesifik mengenai jumlah usaha bisnis *ice cream* yang telah berdiri di Indonesia, informasi tersebut tidak tersedia secara langsung dari hasil pencarian publik. Namun, pertumbuhan industry *ice cream* di Indonesia dinilai cukup tinggi, dengan 150 hingga 200 juta konsumen potensial yang telah mendorong strategi pemasaran yang sukses beberapa tahun terakhir. Selain itu, menurut data dari pandaily, Mixue salah satu merek *ice cream*, telah memiliki 317 toko di Indonesia per akhir Maret 2022. Ternyata dari perkembangan usaha *ice cream* ini membuat banyak orang ingin mencoba bisnis yang sama, namun dengan inovasi rasa, harga, bentuk, logo, dan menu yang lebih bervariasi.

Di balik hal ini salah satu keluarga Ibu Agustina terinovasi dan ingin mendirikan bisnis *ice cream* dengan konsep baru. Nama gerai yang dimulai adalah Pink Chilling, dengan nuansa warna pink di setiap sudut tempat hingga logo yang menarik membuat para pembeli terpikat pada produk yang ada di dalamnya. Bisnis keluarga ini terus melakukan inovasi dengan mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan teknologi terkini untuk mendukung proses inovasi, mulai dari pengumpulan data, analisis, hingga implementasi ide baru karena, dari teknologi maka bisnis dapat bersaing dengan meningkatkan bagaimana inovasi yang unik. Dari penggunaan teknologi ini memang bisa terjadi kerugiannya seperti ketergantungan terus-menerus pada internet, kurangnya kepercayaan konsumen terkait kenyataan barang yang ada (Fathul Husnan, 2015). Namun hal ini tidak sebanding dengan kelebihan yang akan dinikmati pemilik usaha ini.

Maka penting sebuah bisnis untuk mengidentifikasi dan mengelola risiko yang mungkin timbul dari proses inovasi untuk meminimalkan kemungkinan timbul dampak negatif dalam usaha. Dengan menerapkan strategi manajemen yang kreatif, perusahaan dapat meningkatkan kemampuan berinovasi dan menciptakan nilai

tambah yang signifikan, baik bagi pelanggannya maupun bagi pertumbuhan bisnis itu sendiri. Kreativitas dan inovasi bukanlah sebuah pilihan, melainkan harus terus didorong dan dikembangkan agar bisnis dapat terus berdiri.

TINJAUAN LITERATUR

Manajemen kreativitas dan inovasi sangat penting bagi organisasi untuk berkembang di dunia yang berurutan, menurut Bob Geldof. Manajemen kreativitas mengacu pada pengetahuan tentang dua hal. Pertama, bagaimana menggali karakteristik yang tidak menyamai atau menandingi dari ide-ide. Kedua, bagaimana menyatakan hak kekayaan intelektual dan membuat ide-ide yang dimilikinya sebagai produk yang memiliki kesamaan (Suryana, 2013: 141).

Di dunia yang berubah dengan cepat saat ini, manajemen kreativitas dan inovasi sangat penting bagi organisasi untuk berkembang. Keduanya memberikan cara untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, memecahkan masalah yang sulit, beradaptasi dengan kondisi yang berubah, dan memberikan nilai bagi pelanggan dan karyawan. Selain itu, keduanya berkontribusi pada pertumbuhan berkelanjutan dan jangka panjang, menjadikannya komponen penting dari strategi bisnis kontemporer (Susilowati, 2024).

Menurut Drucker (1974), ada beberapa tujuan utama ilmu manajemen kreativitas (Susilowati et al., 2024):

1. Keunggulan Kompetitif

Inovasi dan promosi kreativitas memungkinkan penciptaan produk, layanan, atau solusi yang tidak dimiliki oleh pesaing mereka.

2. Perluasan Pasar

Inovasi dapat menghasilkan pengembangan pasar baru atau perluasan pasar yang sudah ada, yang sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan produk.

3. Pengurangan Biaya

Inovasi dapat menurunkan biaya, meningkatkan efisiensi, dan profitabilitas.

4. Kemampuan Adaptasi

Inovasi dapat menghasilkan penghematan biaya. Manajemen inovasi dan kreatif membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan pasar, kemajuan teknologi, dan preferensi pelanggan.

5. Pemecahan Masalah

Kebutuhan untuk memecahkan masalah atau mengatasi tantangan sering kali mendorong inovasi. Pendekatan kreatif untuk memecahkan masalah ini menghasilkan solusi inovatif yang memiliki efek yang signifikan.

6. Kepuasan pelanggan

Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan terus mengembangkan produk atau jasa baru. Ini adalah komponen penting dari kesuksesan jangka panjang.

7. Peran Karyawan

Semangat dan keterlibatan karyawan dapat ditingkatkan dengan menciptakan budaya yang penuh dengan inovasi dan kreativitas. Karyawan sering kali merasa lebih dihargai dan termotivasi ketika mereka diminta untuk menyumbangkan ide-ide kreatif mereka.

8. Mengurangi Risiko

Manajemen kreativitas dan inovasi dapat membantu organisasi atau perusahaan menemukan dan mengatasi risiko sebelum menjadi masalah besar. Metode proaktif seperti ini dapat mencegah gangguan di perusahaan.

Kreativitas

Kreativitas didefinisikan sebagai "Berpikir sesuatu yang baru" dan "kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang". Menurut Hadiyati, E. (2012), ini adalah topik yang relevan tidak hanya untuk pengusaha baru yang memulai, tetapi juga untuk bisnis dan kegiatan bisnis pada umumnya. Untuk semua organisasi yang tertarik pada pertumbuhan dan perubahan, kredibilitas merupakan sumber utama daya saing.

Menurut Hadiyati (2011), kreativitas adalah kemampuan untuk membuat ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru untuk melihat masalah dan peluang baru. Menurut definisi lain, kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang benar, tepat, bermanfaat, dan bernilai terhadap tugas yang bersifat heuristik. Ini juga merupakan panduan, pedoman, atau petunjuk yang akan menuntun kita untuk mempelajari dan menemukan hal-hal baru (Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P.2018).

1. Hubungan yang baik antara atasan dan bawahan.
2. Komunikasi terbuka.
3. Dukungan dan kerja sama yang aktif.
4. Perhatian pada karyawan secara kreatif.
5. Waktu untuk berpikir.
6. Hindari kritik yang terlalu dini.
7. Manajemen dengan gaya "kendali longgar".

Menurut Suryana, ada sepuluh prinsip manajemen yang memengaruhi proses kreativitas:

1. Orang kreatif
2. Pekerjaan pemikir
3. Wirausaha kreatif
4. Pekerjaan setelah bekerja
5. Orang yang tepat waktu.
6. Perusahaan sementara
7. Kantor jaringan dan kelompok bisnis.
8. Kerja tim.
9. Keuangan.
10. Kontrak dan perjanjian

Kemampuan untuk membuat produk, ide, atau konsep baru yang unik dan bernilai disebut kreativitas. Kreativitas adalah kemampuan untuk melihat dunia dengan cara yang berbeda, membuat hubungan baru antara konsep yang sudah ada, dan berani mencoba metode atau solusi yang tidak konvensional. Ini melibatkan proses berpikir yang kreatif, imajinatif, dan tidak terbatas yang dapat menghasilkan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya. Kemampuan untuk mengeksplorasi dan mengembangkan ide baru, penyelesaian masalah yang kreatif, dan pemikiran *out-of-the-box* memungkinkan orang kreatif untuk membawa inovasi dan perubahan.

Inovasi

Menurut Hills Gerald (2008), inovasi dapat didefinisikan sebagai konsep, metode, atau barang yang dianggap baru oleh seseorang atau kelompok pengguna lainnya. Menurut Suryana, (2003: 10) Inovasi didefinisikan sebagai "kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan" (Hadiyati, E, 2012). Kemampuan bisnis untuk menerapkan strategi dan model organisasi yang berbeda dapat membantu mereka menemukan peluang baru di dalam perusahaan, seperti kemajuan teknologi, dan di luar perusahaan, seperti membuka pasar baru atau memperluas pasar yang sudah ada.

Menurut Munajat et al. (2022), inovasi adalah ide atau gagasan yang kreatif dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu proses atau produk yang dapat bernilai tambah dan bermanfaat. Inovasi juga dapat menghasilkan produk dengan nilai jual yang lebih tinggi dan keuntungan yang lebih besar. Inovasi adalah sifat wirausahawan yang memiliki kemampuan untuk mengubah lingkungan sekitarnya. Secara tidak langsung, inovasi membedakan wirausahawan dari orang biasa. Seorang wirausahawan selalu memiliki cara berpikir dan bertindak yang berbeda dari yang dilakukan oleh kebanyakan orang. Kemampuan untuk mengubah sumber daya yang tidak produktif menjadi sumber daya yang menghasilkan nilai ekonomi dikenal sebagai kreatif dan inovatif.

Menurut Munajat et al. (2022), inovasi memiliki karakteristik berikut: selalu baru, yang berarti gagasan yang ada benar-benar murni dan belum pernah digunakan sebelumnya. Inovasi juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang sudah digunakan oleh orang lain, tetapi ingin diadopsi karena dianggap cocok untuk dijadikan solusi. Inovasi memiliki beberapa keuntungan. Inovasi bukan hanya menciptakan sesuatu yang baru, itu juga menciptakan kualitas unik, meningkatkan produktivitas dan tangguh. Produk jasa dan proses pelayanan dapat disebut inovasi karena inovasi tidak hanya menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga mempunyai ciri-ciri tertentu. (Wahyuni et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan data. Selain itu, penyusunan jurnal ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan melakukan penelitian literatur atau penelitian pustaka.

Untuk menyusun jurnal ini, buku, jurnal ilmiah, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian ini dipelajari dan dianalisis. Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik Pink Chilling untuk mendapatkan informasi untuk kepentingan penelitian ini yang dilakukan pada tanggal 16 Maret 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Bisnis

Dalam mengetahui sejarah pada sebuah bisnis, bisa dengan berbagai cara. Pada 16 Maret 2024 penulis melakukan wawancara pada salah satu pemilik usaha yang bernama Ibu Agustina. Beliau memberikan wawasan dan informasi berharga dalam menggali sejarah bisnis Pink Chilling. Didapatkan bahwa usaha Pink Chilling ini berdiri pada April 2023 yang termasuk baru. Bisnis ini merupakan usaha keluarga yang dibuat berdasarkan adanya relasi salah satu teman yang mempunyai kemampuan dalam membuat usaha minuman dan ice cream. Selain itu karena maraknya usaha *ice cream* yang berhasil, sehingga keluarga ini ingin mencoba memulai bisnis usaha tersebut.

Walaupun dengan modal dan persiapan yang berat karena peralatan, daya listrik dan sewa toko yang tergolong membutuhkan biaya tinggi, namun keluarga ini berani mengambil risiko juga mengambil langkah dengan berinvestasi pada peralatan *ice cream*, dengan berpikir bahwa alat ini akan digunakan untuk jangka panjang. Kerja sama dan unsur kekeluargaan yang saling mendukung yang membuat usaha Pink Chilling ini bisa berdiri bahkan bertumbuh. Di tahun 2023 akhir usaha ini mendirikan gerai/cabang baru. Kini Pink Chilling memiliki 2 gerai yang telah berdiri, harapannya pihak keluarga Ibu Agustina ingin membuka gerai 3 yang akan dibangun.

Implementasi Usaha Inovasi

Dengan maraknya usaha *ice cream* yang ada, maka bisnis Pink Chilling ini memberikan inovasi pada harga produk. Memang rata-rata usaha *ice cream* menjual produknya dengan harga minimum Rp8.000 tetapi Pink Chilling berani menjual dengan harga minimum Rp6.000. Bahkan setiap menu yang ada dikatakan terjangkau untuk masyarakat golongan bawah hingga menengah. Selain dari segi harga bisnis Pink Chilling berani memberikan inovasi dengan variasi menu, seperti contoh gerai lain hanya bermain pada varian rasa yang umum saja baik vanila, cokelat, stroberi, dan matcha saja, tetapi bisnis ini berani memadukan 2 rasa sekaligus yaitu vanila-cokelat dan stroberi-matcha. Usaha ini dilakukan untuk memenuhi setiap selera yang ada di masyarakat yang beranekaragam.

Setiap usaha yang bermain dengan makanan maupun minuman pasti memiliki produk yang paling banyak diminati. Bisnis ini memiliki produk terbaiknya yaitu jasmine tea, hal ini karena harga minuman ini paling murah dan rasa teh yang berbeda pada teh umumnya, kesegaran wangi floral yang menarik setiap para pelanggan. Dibalik setiap menu yang ada bisnis ini pun memiliki metode pelayanan yang kreatif yang membuat banyak pembeli setia yang terus kembali datang untuk menikmati setiap menu yang ada. Dengan adanya pelatihan pegawai untuk

memastikan bahwa kemampuan dalam pelayanan mencapai layak untuk diterapkan selama berdagang, hal ini baik dari segi keramahan melayani sejak awal datang hingga kepulangan pelanggan, tentu pengendalian emosi pegawai dalam menghadapi para pelanggan pun terus dilatih. Lalu, adanya pemberian fasilitas yang lengkap dari AC, Colokan untuk charger gadget pelanggan, *free Wi-Fi* yang menciptakan kenyamanan pelanggan selama di gerai. Jika sudah nyaman dan berlama-lama membuat pelanggan membeli produk secara berulang-ulang. Metode kedua yang dilakukan bisnis ini yaitu dengan *creative marketing* dengan menerapkan konsep dan ide kreatif pada strategi pemasaran untuk menarik perhatian dan minat pelanggan, termasuk periklanan interaktif, desain grafis yang menarik, dan pemasaran media sosial yang inovatif. Selain itu sosial media bisnis ini pun melakukan pelayanan cepat dan responsif dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk memudahkan pelanggan menghubungi /memesan produk yang ada.

Penerapan Kebijakan Manajemen Kreatif Perusahaan *Ice Cream Pink Chilling*

Dalam pengembangan usaha diperlukan proses yang sistematis dan bertahap untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kinerja kerja para penanggung jawab penerapan kebijakan pengelolaan perusahaan. Perlunya pengembangan manajemen untuk mendorong pertumbuhan dan kinerja organisasi. Dengan adanya organisasi dalam penerapan manajemen kreatif adalah kegiatan pengalokasian dan penggabungan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang diwujudkan seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerahan, dan pengendalian.

Dalam penelitian yang dilakukan, organisasi manajemen kreatif pada usaha *ice cream* Pink Chilling melibatkan pembentukan struktur organisasi yang fleksibel yang memungkinkan karyawan berkolaborasi secara kreatif dan memfasilitasi kelancaran aliran ide. Hal ini dapat mencakup tim lintas fungsi, ruang kerja terbuka, dan budaya yang mendorong inovasi. Struktur organisasi yang fleksibel memungkinkan terjadinya perubahan dan adaptasi yang cepat terhadap perubahan pasar atau kebutuhan pelanggan. Memberdayakan karyawan untuk berkolaborasi secara kreatif menumbuhkan kerja tim yang efektif dan kreatif. Memfasilitasi kelancaran aliran ide akan memastikan bahwa ide-ide baru dapat dibagikan dan diimplementasikan dengan mudah. Tim lintas fungsi menyatukan berbagai pengetahuan dan keterampilan untuk menciptakan solusi yang lebih baik. Ruang kerja terbuka memfasilitasi komunikasi dan pertukaran ide yang lebih alami. Budaya yang mendorong inovasi mendorong karyawan untuk mengambil risiko dan mencoba hal-hal baru. Semua ini merupakan elemen penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kreativitas dan inovasi dalam bisnis.

Sistem pengawasan yang dilakukan oleh Manager Bisnis usaha *ice cream* Pink Chilling sangatlah terpantau dengan baik, pengawasan dilaksanakan dengan sistematis secara langsung, pengawasan manager juga dilakukan melalui grup chat WhatsApp bisa menjadi alat yang efektif untuk berkomunikasi dan berkoordinasi

dengan tim. Namun, penting untuk memastikan bahwa komunikasi tetap profesional dan fokus pada tujuan bisnis, serta memperhatikan privasi dan keamanan informasi. Dalam penerapan kebijakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian (perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian) dalam manajemen kreativitas bisnis *ice cream* Pink Chilling yaitu:

a. Perencanaan (*Planning*):

- Menetapkan tujuan dan target yang spesifik terkait dengan inovasi dan kreativitas.
- Menganalisis tren industri, kebutuhan pasar, dan peluang untuk menciptakan ide-ide baru.
- Membuat rencana strategis dan operasional untuk mengarahkan upaya kreatif.

b. Pengorganisasian (*Organizing*):

- Membentuk tim kreatif dan membagi tugas secara jelas.
- Menetapkan struktur organisasi yang mendukung kolaborasi dan aliran ide yang lancar.
- Mengalokasikan sumber daya, termasuk waktu dan anggaran, untuk mendukung kegiatan kreatif.

c. Penggerakan (*Leading*):

- Memberikan arahan dan inspirasi kepada tim kreatif.
- Mendorong partisipasi aktif dan kolaborasi antar anggota tim.
- Memberikan dukungan dan motivasi kepada individu untuk berani mengambil risiko dan menjelajahi ide-ide baru.

d. Pengendalian:

- Memantau kemajuan proyek inovasi.
- Mengukur kreativitas dan kinerja inovasi menggunakan metrik yang relevan.
- Memberikan masukan secara rutin dan melakukan perubahan seperlunya untuk meningkatkan proses dan hasil.

Dengan melakukan hal ini. Dengan kebijakan Manajemen Inovasi, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang mendukung kreativitas dan inovasi, sekaligus memastikan bahwa upaya tersebut diarahkan untuk mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan dengan cara yang efektif.

Mengelola Strategi Penjualan yang Kreatif dan Inovatif

Target pemasaran usaha Pink Chilling *Ice Cream* adalah kalangan remaja termasuk pelajar. Dengan memanfaatkan daya tarik komersial usaha Pink Chilling *ice cream*, dengan menerapkan berbagai strategi inovatif, yaitu:

a. Menambah fasilitas layanan.

Dengan menambahkan fasilitas layanan, Anda dapat memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan, sehingga akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. Fasilitas pelayanan yang unik atau saling melengkapi dapat menjadi pembeda yang kuat dengan kompetitor di industri yang sama dan mempertahankan pangsa pasar. Contoh fasilitas layanan yang diterapkan oleh

Pink Chilling Business adalah ruang yang nyaman dan unik untuk berkumpul bersama kolega atau teman, dengan menggunakan teknologi seperti Wifi. Dan desain interior yang kreatif, mengubah tata letak atau desain interior toko untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik bagi pelanggan, hal ini dapat mencakup penggunaan warna reflektif, pencahayaan atau dekorasi yang mencerminkan nilai merek dan perusahaan.

b. Layanan pelanggan yang luar biasa.

Memberikan layanan pelanggan yang luar biasa dengan menanggapi pertanyaan atau masalah secara cepat dan efisien. Hal ini dapat membuat pelanggan merasa dihargai dan meningkatkan loyalitas mereka. Kunci untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan. Membangun reputasi yang baik, mendapatkan kepercayaan pelanggan dan memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

c. Penetapan harga produk standar.

Sesuai dengan target audiens pelajar muda, harga produk es krim Pink Chilling standar dan sesuai dengan anggaran pelajar dikembangkan. Harga terjangkau bagi sebagian besar konsumen, memungkinkan mereka melakukan pembelian sesering mungkin tanpa merasa terbebani. Konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga produk dengan harga pesaing lainnya.

d. Produk berkualitas.

Meski dengan harga yang terjangkau, kualitas produk krim pink ini harus inovatif dan tidak mengecewakan konsumen. Produk berkualitas membantu membangun reputasi merek yang kuat, yang dapat meningkatkan daya tarik merek dan menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Oleh karena itu, menciptakan produk berkualitas memiliki dampak positif yang signifikan tidak hanya terhadap kinerja bisnis tetapi juga terhadap kepuasan pelanggan dan reputasi merek.

e. Menciptakan produk inovatif baru.

Menciptakan produk inovatif baru adalah proses yang berkaitan dengan pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan strategi mengembangkan bisnis dengan menawarkan modifikasi produk atau produk baru kepada target pasar yang telah ditentukan. Pengembangan produk adalah proses memunculkan ide-ide untuk produk baru dan mengubahnya menjadi lini produk yang telah mencapai kesuksesan di pasar. Inovasi produk adalah serangkaian kegiatan yang mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi pada satu produk, sehingga membawa manfaat positif seperti umpan balik konsumen, memodifikasi kombinasi produk yang sudah ada, dan menemukan produk baru. Inovasi produk penting karena membantu menciptakan ruang baru di pasar yang sudah ramai dan membantu bisnis menemukan konsumen serta menarik minat pembeli.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang sejarah dan implementasi bisnis Pink Chilling, serta penerapan kebijakan manajemen kreatif dan strategi penjualan yang inovatif, dapat diambil beberapa kesimpulan penting:

1. Sejarah Bisnis dan Implementasi Inovasi: Pink Chilling merupakan bisnis keluarga yang berdiri pada April 2023 dengan motivasi untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada dalam industri *ice cream*. Mereka memulai dengan inovasi pada harga produk yang lebih terjangkau dan variasi menu yang menarik. Hal ini mencerminkan keberanian untuk bersaing dalam pasar yang kompetitif dengan memberikan nilai tambah kepada pelanggan.
2. Kebijakan Manajemen Kreatif: Pengembangan struktur organisasi yang fleksibel dan budaya yang mendorong inovasi menjadi kunci dalam kesuksesan Pink Chilling. Tim lintas fungsi, ruang kerja terbuka, dan pelatihan pegawai merupakan strategi untuk memfasilitasi kolaborasi dan aliran ide yang lancar. Selain itu, sistem pengawasan yang terpantau dengan baik memastikan bahwa setiap langkah dijalankan sesuai dengan visi dan tujuan perusahaan.
3. Strategi Penjualan yang Kreatif dan Inovatif: Melalui penekanan pada layanan pelanggan yang luar biasa, harga produk yang terjangkau, dan kualitas produk yang tidak dikompromikan, Pink Chilling berhasil menarik dan mempertahankan pangsa pasar, terutama kalangan remaja dan pelajar. Selain itu, upaya untuk menciptakan produk inovatif baru mencerminkan komitmen mereka terhadap pertumbuhan dan perkembangan bisnis.

Maka dapat disimpulkan bahwa dalam rangka mencapai keberhasilan dalam bisnis, Pink Chilling menunjukkan pentingnya adopsi strategi inovatif dalam semua aspek operasional mereka, mulai dari produk hingga layanan pelanggan. Dengan memahami pasar, memfasilitasi kreativitas dan kolaborasi, serta memberikan perhatian pada kualitas dan nilai tambah, mereka berhasil membangun merek yang kuat dan berkembang di tengah persaingan yang ketat.

SARAN

Beberapa saran dapat diberikan untuk Pink Chilling guna mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan bisnis mereka yaitu Terus Lakukan Inovasi Produk, terus Perkuat Budaya Inovasi, Fokus pada Layanan Pelanggan, Jaga Kualitas Produk, dan Ekspansi Pasar dengan Bijak. Dengan mengikuti saran-saran ini dan terus memperhatikan inovasi, kualitas, dan pelayanan pelanggan, Pink Chilling dapat mempertahankan posisi mereka di pasar dan terus berkembang dalam waktu yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, diwawancarai oleh Gia Cinta, Maret 2024, Pink Chilling, Medan.
- Akeyodia (2023). Peran Inovasi dan Kreativitas dalam Bisnis: Kunci Sukses dalam Era Modern.
- Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreativitas Produk terhadap Kinerja Industri Kreatif untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(2), 30-47.
- Fathul Husnan, J. C. (2015). Buku Pintar Bisnis Online. PT Elex Media Kompotindo.
- Global Data. (2022). *Indonesia Ice Cream Market Size by Categories, Distribution Channel, Market Share and Forecast, 2021-2026*. Diakses pada 18 April 2024, dari <https://www.globaldata.com/store/report/indonesia-ice-cream-market-analysis/>
- Hadiyati, E. (2012). Kreativitas dan Inovasi Pengaruhnya terhadap Pemasaran Kewirausahaan pada Usaha Kecil. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 1(03), 135-151.
- Hadiyati, Ernani. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 8-16.
- Munajat., et al. (2022). EKONOMI KREATIF Suatu Konsep Ekonomi Baru, Bojongsari. CV Eureka Media Aksara.
- Suryana. (2013). Ekonomi Kreatif/Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Salemba Empat.
- Susilowati, E., Rezika, H. N., Rifaldo, M. I., Azzahra, M. P., Hidayat, T., & Muttaqien, D. D. (2024). Strategi Manajemen Inovasi Dan Kreatifitas Dalam Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Imah Uing (IU). *DIGIBE: Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 17-26.
- Wahyuni, S., Zulvera, Z., Tanjung, H. B., & Arif, E. (2019). Hubungan Karakteristik Inovasi dan Kearifan Lokal terhadap Keberlanjutan Penerapan Teknologi Padi Salibu di Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 15(1)