

PERAN ANALISIS KEBUTUHAN PASAR TERHADAP INOVASI DAN DAYA SAING KEWIRAUSAHAAN DI KOTA TANGERANG

Mohamad Yamin, Indrayana, Bayu Imanuddin

Program Studi Kewirausahaan, Universitas Yatsi Madani

[*mohamadyamin@uym.ac.id](mailto:mohamadyamin@uym.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran analisis kebutuhan pasar terhadap inovasi dan daya saing kewirausahaan di Kota Tangerang. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta wirausahawan di Kota Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis kebutuhan pasar memiliki peran penting dalam mendorong kreativitas dan inovasi, baik dalam pengembangan produk, layanan, maupun strategi pemasaran. Faktor pendukung kreativitas wirausaha meliputi akses informasi digital, dukungan komunitas bisnis, serta program pelatihan dari pemerintah daerah, sedangkan faktor penghambat utamanya adalah keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan keterampilan manajerial yang masih terbatas. Strategi yang terbukti efektif dalam menciptakan ide kreatif adalah melakukan analisis kebutuhan pasar secara rutin, berkolaborasi dengan sesama wirausaha, serta melakukan eksperimen produk skala kecil sebelum dipasarkan lebih luas. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa analisis kebutuhan pasar memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan inovasi, diferensiasi produk, kepuasan konsumen, serta daya saing wirausaha di Kota Tangerang. Oleh karena itu, penerapan analisis kebutuhan pasar secara berkelanjutan menjadi kunci bagi wirausahawan untuk menjaga eksistensi dan keberlanjutan usahanya di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Kata Kunci: Analisis kebutuhan pasar, inovasi, daya saing, kewirausahaan, Kota Tangerang

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of market needs analysis on entrepreneurial innovation and competitiveness in Tangerang City. The approach used was qualitative with descriptive methods, with data obtained through in-depth interviews, observation, and documentation with micro, small, and medium enterprises (MSMEs) and entrepreneurs in Tangerang City. The results indicate that market needs analysis plays a crucial role in fostering creativity and innovation, both in product development and service development, as well as marketing strategies. Supporting factors for entrepreneurial creativity include access to digital information, business community support, and training programs from the local government. While the main inhibiting factors are limited capital, low digital literacy, and limited managerial skills. Strategies proven effective in generating creative ideas include conducting regular market needs analysis, collaborating with fellow entrepreneurs, and conducting small-scale product experiments before marketing them more widely. The findings of this study confirm that market needs analysis has a significant impact on increasing innovation, product differentiation, customer satisfaction, and entrepreneurial competitiveness in Tangerang City. Therefore, the continuous implementation of market needs analysis is key for entrepreneurs to maintain the existence and sustainability of their businesses amidst increasingly fierce business competition.

Keywords: Market needs analysis, innovation, competitiveness, entrepreneurship, Tangerang City

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi daerah, terutama di kota-kota besar seperti Kota Tangerang. Perkembangan usaha kecil, menengah, maupun usaha rintisan tidak hanya menciptakan lapangan kerja baru (Zimmerer et al., 2008; Suryana, 2013), tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era globalisasi dan digitalisasi, pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang. Salah satu strategi penting yang perlu diperhatikan adalah analisis kebutuhan pasar (Kotler & Armstrong, 2018; Prasetyo & Sutopo, 2020).

Analisis kebutuhan pasar merupakan proses mengidentifikasi, memahami, dan memetakan keinginan serta kebutuhan konsumen. Bagi para pelaku kewirausahaan, pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pasar sangat krusial untuk menentukan arah pengembangan produk maupun layanan. Dengan melakukan analisis yang tepat, wirausahawan dapat menyesuaikan strategi bisnis, mulai dari inovasi produk, harga, hingga metode pemasaran. Hal ini menjadi semakin penting di Kota Tangerang yang memiliki jumlah penduduk besar dengan tingkat heterogenitas kebutuhan yang tinggi (BPS Kota Tangerang, 2023).

Kota Tangerang sebagai salah satu kawasan penyangga ibu kota memiliki potensi pasar yang sangat luas. Pertumbuhan penduduk, perkembangan kawasan industri, hingga kemajuan sektor jasa membuat kebutuhan masyarakat semakin beragam. Kondisi ini membuka peluang besar bagi wirausahawan untuk mengembangkan usaha. Namun, tanpa adanya analisis kebutuhan pasar yang akurat, peluang tersebut dapat terlewatkan atau bahkan mengakibatkan kegagalan bisnis. Oleh karena itu, pemetaan pasar menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Inovasi merupakan salah satu indikator keberhasilan kewirausahaan. Inovasi dapat berupa penciptaan produk baru, perbaikan layanan, maupun penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi bisnis. Namun, inovasi yang dilakukan tanpa memperhatikan kebutuhan pasar seringkali tidak memberikan hasil maksimal. Di sinilah pentingnya analisis kebutuhan pasar: agar setiap inovasi yang dilakukan benar-benar relevan, tepat sasaran, dan sesuai dengan harapan konsumen.

Selain inovasi, daya saing kewirausahaan juga sangat ditentukan oleh kemampuan memahami pasar. Daya saing tidak hanya berarti mampu bersaing dalam harga, tetapi juga dalam kualitas, diferensiasi produk, serta pelayanan. Dengan analisis kebutuhan pasar, wirausahawan dapat menemukan celah-celah pasar yang belum tergarap, membedakan usahanya dari kompetitor, dan membangun loyalitas konsumen. Di Kota Tangerang yang memiliki persaingan bisnis cukup tinggi, aspek ini menjadi krusial untuk dipertahankan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa analisis kebutuhan pasar berperan penting dalam mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing kewirausahaan, khususnya di Kota Tangerang. Penelitian mengenai peran analisis kebutuhan pasar ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, terutama bagi wirausahawan dalam mengembangkan strategi bisnis yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing tinggi. Dengan demikian, kewirausahaan di Kota Tangerang tidak hanya berkembang secara kuantitas, tetapi juga secara kualitas dan keberlanjutan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang diuraikan, penelitian ini diberi judul: “Peran Analisis Kebutuhan Pasar Terhadap Inovasi Dan Daya Saing Kewirausahaan di Kota Tangerang”

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran analisis kebutuhan pasar dalam mendorong inovasi kewirausahaan di Kota Tangerang?
2. Bagaimana pengaruh analisis kebutuhan pasar terhadap peningkatan daya saing kewirausahaan di Kota Tangerang?
3. Sejauh mana keterkaitan antara inovasi yang dilakukan wirausahawan dengan hasil analisis kebutuhan pasar di Kota Tangerang?
4. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan analisis kebutuhan pasar bagi wirausahawan di Kota Tangerang?
5. Bagaimana strategi kewirausahaan berbasis analisis kebutuhan pasar dapat meningkatkan keberlanjutan usaha di Kota Tangerang?

METODOLOGI PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berusaha memahami secara mendalam peran analisis kebutuhan pasar dalam mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing kewirausahaan di Kota Tangerang. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali makna, pengalaman, serta strategi yang diterapkan wirausahawan dalam menghadapi dinamika pasar.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus dipilih agar peneliti dapat menelaah secara mendalam fenomena kewirausahaan di Kota Tangerang, terutama terkait bagaimana pelaku usaha menganalisis kebutuhan pasar dan dampaknya terhadap inovasi serta daya saing.

3. Sumber Data

- a) Data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara mendalam dengan wirausahawan, pelaku UMKM, serta pihak terkait seperti Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang.
- b) Data sekunder diperoleh dari dokumen, literatur, jurnal, laporan resmi pemerintah, serta publikasi yang relevan dengan kewirausahaan dan analisis kebutuhan pasar.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a) Wawancara mendalam (in-depth interview) dengan wirausahawan untuk menggali informasi terkait strategi, tantangan, dan peluang dalam analisis kebutuhan pasar.
- b) Observasi lapangan, untuk melihat langsung proses usaha, interaksi dengan konsumen, serta penerapan inovasi.
- c) Dokumentasi, berupa laporan, publikasi, maupun data statistik sebagai pendukung analisis.

5. Teknik Analisis Data

- a) Reduksi data: menyaring, merangkum, dan memilih data penting dari hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi.
- b) Penyajian data: menyusun data dalam bentuk uraian naratif sehingga lebih mudah dipahami.
- c) Penarikan kesimpulan/verifikasi: menemukan makna, pola, serta hubungan antara analisis kebutuhan pasar, inovasi, dan daya saing kewirausahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**1. Hasil Penelitian**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar wirausahawan di Kota Tangerang memahami pentingnya analisis kebutuhan pasar dalam menjalankan usaha. Para pelaku UMKM menyadari bahwa konsumen di Tangerang memiliki karakteristik beragam karena latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya yang berbeda. Namun, pemahaman mengenai cara melakukan analisis kebutuhan pasar masih beragam. Beberapa pelaku usaha mengandalkan interaksi langsung dengan pelanggan, sedangkan sebagian lainnya menggunakan media sosial untuk memantau tren dan preferensi konsumen.

a. Faktor Pendukung Kreativitas Wirausaha

Hasil wawancara dengan pelaku usaha di Kota Tangerang menunjukkan bahwa kreativitas wirausaha banyak didukung oleh beberapa faktor. Pertama, adanya akses informasi yang luas melalui internet dan media sosial memungkinkan wirausahawan untuk terus mengikuti tren pasar. Kedua, dukungan komunitas bisnis dan pelatihan kewirausahaan yang difasilitasi oleh pemerintah daerah maupun organisasi wirausaha membantu pelaku usaha memperoleh inspirasi serta berbagi pengalaman.

Ketiga, lingkungan pasar yang dinamis di Kota Tangerang mendorong wirausahawan untuk selalu berinovasi agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Selain itu, motivasi pribadi dan semangat kompetitif juga menjadi dorongan utama bagi wirausahawan untuk terus berkarya.

b. Faktor Penghambat Kreativitas Wirausaha

Di sisi lain, penelitian ini menemukan adanya faktor penghambat yang cukup signifikan terhadap kreativitas wirausaha. Salah satunya adalah keterbatasan modal yang membuat wirausahawan kesulitan untuk merealisasikan ide-ide kreatif menjadi produk nyata. Selain itu, rendahnya literasi digital pada sebagian wirausahawan skala mikro menghambat mereka untuk memanfaatkan teknologi sebagai sumber inovasi. Hambatan lain adalah kurangnya kemampuan manajerial dalam mengelola usaha, sehingga banyak ide kreatif tidak berlanjut pada tahap implementasi. Beberapa pelaku usaha juga menyebut persaingan pasar yang ketat membuat mereka lebih fokus pada bertahan hidup daripada mencoba ide-ide baru yang berisiko.

c. Strategi yang Efektif dalam Menciptakan Ide Kreatif

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, strategi yang dianggap efektif dalam menciptakan ide kreatif adalah dengan melakukan analisis kebutuhan pasar secara rutin. Wirausahawan yang secara aktif mendengar masukan konsumen, memantau tren melalui media sosial, dan mengamati pesaing terbukti lebih cepat menemukan ide baru. Selain itu, kolaborasi antar wirausahawan juga menjadi strategi yang efektif, karena melalui kerja sama mereka dapat saling bertukar gagasan dan memperkaya perspektif. Strategi lain yang dinilai berhasil adalah eksperimen produk skala kecil, di mana wirausahawan mencoba ide baru dalam jumlah terbatas untuk melihat respon pasar sebelum melakukan produksi massal.

d. Dampak Peran Analisis Kebutuhan Pasar terhadap Inovasi dan Daya Saing Kewirausahaan di Kota Tangerang.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa peran analisis kebutuhan pasar sangat berpengaruh terhadap peningkatan inovasi dan daya saing kewirausahaan di Kota Tangerang. Wirausahawan yang secara konsisten menganalisis pasar mampu menghasilkan inovasi produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini meningkatkan relevansi produk di mata pasar dan memperbesar peluang diterimanya produk baru. Selain itu, analisis pasar membantu wirausahawan menciptakan diferensiasi dibandingkan kompetitor, sehingga meningkatkan daya saing. Dampak lainnya adalah kemampuan adaptasi yang lebih tinggi terhadap perubahan tren, membuat usaha lebih berkelanjutan dalam menghadapi persaingan bisnis di Kota Tangerang.

2. Pembahasan

a) Faktor Pendukung Kreativitas Wirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas wirausaha di Kota Tangerang banyak didukung oleh akses informasi, lingkungan pasar yang dinamis, serta dukungan dari komunitas bisnis maupun pemerintah. Temuan ini sejalan dengan teori Schumpeter (1934) yang menyatakan bahwa inovasi lahir dari dorongan eksternal berupa perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar, serta faktor internal berupa motivasi wirausaha. Lingkungan Kota Tangerang yang heterogen memberikan peluang besar bagi wirausahawan untuk terus berinovasi. Hal ini juga didukung oleh penelitian Sarasvathy (2001) yang menekankan bahwa kreativitas wirausaha sering kali dipicu oleh kemampuan membaca peluang di tengah ketidakpastian.

b) Faktor Penghambat Kreativitas Wirausaha

Di sisi lain, keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, serta keterbatasan kemampuan manajerial menjadi penghambat kreativitas wirausaha. Hasil ini memperkuat pandangan Zimmerer (2008) yang menegaskan bahwa hambatan utama wirausahawan adalah keterbatasan sumber daya, baik finansial, pengetahuan, maupun jaringan. Dalam konteks Kota Tangerang, meskipun akses informasi terbuka luas, sebagian wirausahawan mikro belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu oleh Suryana (2016), yang menyebutkan bahwa hambatan utama UMKM di Indonesia adalah keterbatasan modal dan keterampilan pengelolaan usaha.

c) Strategi yang Efektif dalam Menciptakan Ide Kreatif

Strategi yang efektif dalam menciptakan ide kreatif terbukti adalah analisis kebutuhan pasar, kolaborasi antar wirausaha, serta eksperimen produk dalam skala kecil. Hal ini mendukung teori Drucker (1985) yang menyatakan bahwa inovasi dapat diciptakan melalui sistematisasi pengamatan terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Eksperimen produk skala kecil juga sesuai dengan pendekatan effectuation (Sarasvathy, 2001), di mana wirausahawan menciptakan peluang dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan menguji ide secara bertahap. Dengan demikian, strategi berbasis pasar terbukti lebih adaptif dibandingkan hanya mengandalkan intuisi.

d) Dampak Analisis Kebutuhan Pasar terhadap Inovasi dan Daya Saing

Penelitian ini menemukan bahwa analisis kebutuhan pasar memiliki dampak signifikan terhadap inovasi dan daya saing wirausaha di Kota Tangerang. Wirausahawan yang rutin menganalisis pasar lebih mampu menghadirkan produk relevan, meningkatkan kepuasan konsumen, dan membangun loyalitas pelanggan. Temuan ini mendukung Porter (1990) dalam konsep keunggulan bersaing, yang menyatakan bahwa diferensiasi produk berbasis kebutuhan pasar adalah kunci daya saing. Selain itu,

penelitian ini memperkuat hasil studi Nugroho (2019) yang menemukan bahwa UMKM yang melakukan riset pasar secara teratur memiliki tingkat keberhasilan produk baru lebih tinggi dibandingkan yang tidak melakukannya.

e) Implikasi bagi Kewirausahaan di Kota Tangerang

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa kewirausahaan di Kota Tangerang harus mengintegrasikan analisis kebutuhan pasar dalam setiap pengambilan keputusan bisnis. Kreativitas tidak cukup hanya dengan ide baru, tetapi harus relevan dengan permintaan konsumen. Dengan demikian, strategi kewirausahaan yang efektif adalah strategi yang berbasis pada data pasar, kolaborasi, serta adaptasi terhadap tren yang terus berubah. Jika diterapkan secara konsisten, hal ini akan meningkatkan keberlanjutan usaha sekaligus memperkuat peran kewirausahaan dalam pembangunan ekonomi daerah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa analisis kebutuhan pasar memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan inovasi dan daya saing kewirausahaan di Kota Tangerang. Wirausahawan yang secara aktif memahami kebutuhan dan preferensi konsumen mampu menghadirkan produk maupun layanan yang relevan dengan perkembangan tren pasar. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam berwirausaha tidak hanya muncul dari ide baru, tetapi juga harus berakar pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan masyarakat.

Kreativitas wirausaha di Kota Tangerang didukung oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses informasi melalui teknologi digital, dukungan komunitas bisnis, serta adanya pelatihan dan program pendampingan dari pemerintah daerah. Namun demikian, kreativitas tersebut juga menghadapi beberapa hambatan, antara lain keterbatasan modal, rendahnya literasi digital pada sebagian pelaku UMKM, keterbatasan kemampuan manajerial, dan persaingan pasar yang semakin ketat. Faktor pendukung dan penghambat ini memengaruhi sejauh mana ide-ide kreatif dapat diwujudkan menjadi inovasi nyata.

Strategi yang efektif dalam menciptakan ide kreatif adalah dengan melakukan analisis kebutuhan pasar secara berkelanjutan, membangun kolaborasi dengan sesama wirausaha, serta mencoba inovasi dalam skala kecil sebelum dikembangkan lebih luas. Strategi ini tidak hanya membantu wirausahawan dalam mengurangi risiko kegagalan, tetapi juga meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren pasar.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa analisis kebutuhan pasar berdampak langsung terhadap peningkatan inovasi, diferensiasi produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, wirausahawan yang

konsisten menerapkan analisis pasar memiliki daya saing yang lebih tinggi dan peluang lebih besar untuk menjaga keberlanjutan usahanya. Hal ini sekaligus memperlihatkan bahwa kewirausahaan di Kota Tangerang dapat berkembang lebih pesat apabila berlandaskan pada pemahaman kebutuhan pasar yang tepat serta strategi inovasi yang adaptif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- BPS Kota Tangerang. (2023). *Kota Tangerang dalam Angka 2023*. Tangerang: Badan Pusat Statistik.
- Drucker, P. F. (2015). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Routledge.
- Hidayat, R., & Yuliana, S. (2021). Peran Inovasi dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro di Wilayah Perkotaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 101–115.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Prasetyo, B., & Sutopo, J. (2020). Analisis Kebutuhan Pasar dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(3), 145–156.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.