

SKRIPSI

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KREATIF BERDASARKAN
PENDEKATAN ZIMMERER DAN SCARBOROUGH PADA USAHA
SHOWROOM “MARKET MOBIL” SEMARANG**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021**

SKRIPSI

PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KREATIF BERDASARKAN PENDEKATAN ZIMMERER DAN SCARBOROUGH PADA USAHA *SHOWROOM* “MARKET MOBIL” SEMARANG

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **SETIAWAN ADIMASTA**

NIM : **19.D1.0195**

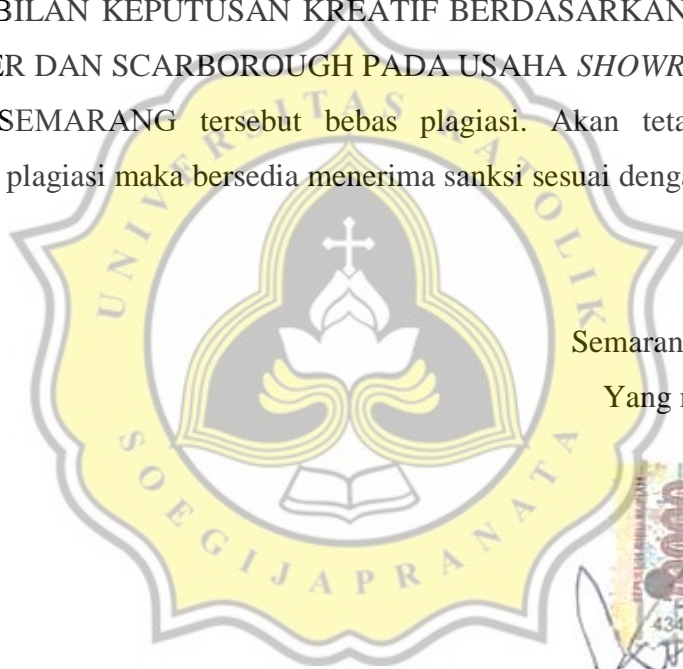
Progdi / Konsentrasi : **MANAJEMEN/KEWIRAUSAHAAN**

Fakultas : **EKONOMI DAN BISNIS**

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul **PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KREATIF BERDASARKAN PENDEKATAN ZIMMERER DAN SCARBOROUGH PADA USAHA SHOWROOM “MARKET MOBIL” SEMARANG** tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi, bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 14 Juli 2021

Yang menyatakan,



Setiawan Adimasta



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : Proses Pengambilan Keputusan Kreatif Berdasarkan Pendekatan Zimmerman Dan Scarborough Pada Usaha Showroom “Market Mobil” Semarang

Diajukan oleh : Setiawan Adimasta

NIM : 19.D1.0195

Tanggal disetujui : 23 Juni 2021

Telah setuju oleh

Pembimbing : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Penguji 1 : Dr. Rustina Untari M.Si.

Penguji 2 : Meniek Srinings Prapti S.E., M.Si.

Penguji 3 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=19.D1.0195

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SETIAWAN ADIMASTA

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

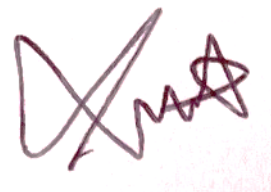
Jenis Karya : SKRIPSI

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KREATIF BERDASARKAN PENDEKATAN ZIMMERER DAN SCARBOROUGH PADA USAHA SHOWROOM “MARKET MOBIL” SEMARANG** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 14 Juli 2021

Yang menyatakan,



Setiawan Adimasta

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas segala berkat dan rahmat Tuhan, sehingga penulis mampu menyelesaikan dengan baik penulisan skripsi yang berjudul “Proses Pengambilan Keputusan Kreatif Berdasarkan Pendekatan Zimmerer dan Scarborough pada Usaha *Showroom* “Market Mobil” Semarang”. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Dosen pembimbing Bapak Sentot Suciarto, Ph.D. yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis.
3. Bapak Drs.Sugiharto,M.M., Ibu Dr. Rustina Untari, dan Ibu Meniek Sringing Prapti, S.E.,M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan-masukan.
4. Pemilik *showroom* Market Mobil dan para karyawan yang bersedia membantu sebagai objek dalam penelitian ini.
5. Papa dan Mama tercinta yang selalu memberikan doal dan dukungan dengan sabar dan ketulusan.
6. Ibu Dr. Ch. Yekti Prawihatmi,M.Si yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman penulis: Victor, Hanna, dan Evan yang telah membantu penulis.
8. Kakak dan adik tercinta yang memberikan doa dan dukungan

9. Saudara dan teman-teman yang memberikan doa dan dukungan

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada masih ada kelemahan-kelemahannya. Untuk itu, penulis juga menerima kritik yang membangun untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada kita semua.

Semarang, 9 April 2021

Penulis



Setiawan Adimasta

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 salah satu penyebab terjadinya penurunan penjualan. Hal tersebut juga berimbas pada showroom mobil “Market Mobil”. Untuk itu, gagasan-gagasan baru bagi usaha *showroom* Market Mobil sangat dibutuhkan untuk menghadapi kondisi pandemi COVID -19. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pengambilan keputusan kreatif berdasarkan pendekatan Zimmerer dan Scarborough pada usaha *showroom* “Market Mobil “ Semarang.

Dasar teori pengambilan keputusan kreatif diambil berdasarkan teori pendekatan Zimmerer dan Scarborough. Obyek dan lokasi penelitian ini di *showroom* “Market Mobil” yang berlokasi di Jalan Puri Anjasmoro Raya E1 No 20 B Semarang, Jawa Tengah. Dalam penelitian ini semua populasi akan menjadi sampel, yaitu sebanyak 4 orang. Sumber data penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan dengan wawancara terstruktur.

Kesimpulan penelitiannya adalah bahwa Market Mobil mengambil keputusan kreatif menggunakan pendekatan Zimmerer dan Scarborough yang memiliki 7 tahap, yaitu: tahap persiapan, investigasi/penyelidikan, transformasi, inkubasi/penetasan, iluminasi/penerangan, verifikasi/pengujian, dan implementasi.

Kata Kunci: Proses pengambilan keputusan kreatif, pendekatan Zimmerer dan Scarborough.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Publikasi Karya Ilmiah untuk Kepentingan Akademis.....	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak.....	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1 Pengertian Wirausaha	7
2.1.2 Karakteristik Wirausaha	8
2.1.3 Kreativitas dan Inovasi	11

2.1.4	Proses Pengambilan Keputusan Kreatif	12
2.1.5	Tahap Persiapan	12
2.1.6	Tahap Investigasi/Penyelidikan	13
2.1.7	Tahap Transformasi	13
2.1.8	Tahap Inkubasi/Penetasan.....	14
2.1.9	Tahap Iluminasi/Penerangan	15
2.1.10	Tahap Verifikasi/Pengujian	15
2.1.11	Tahap Implementasi	15
2.1.12	Cara Meningkatkan Kreativitas Perseorangan	15
2.1.13	Teknik untuk Meningkatkan Proses Kreatif	17
2.1.14	Pengambilan Keputusan	17
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Pikir	19
2.4	Definisi Operasional	20

BAB III: METODE PENELITIAN

1.1	Obyek dan Lokasi Penelitian.....	24
1.2	Populasi dan Sampel.....	24
1.3	Sumber Data.....	24
1.4	Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.5	Metode Analisis Data.....	26

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan28

4.2 Gambaran Umum Responden29

4.3 Hasil Penelitian 31

4.3.1 Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan 31

4.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Kreatif31

4.3.3. Keputusan Kreatif yang Dibuat Perusahaan61

BAB V : PENUTUP

5.1 Kesimpulan 72

5.2 Saran 78

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil Bulan Januari- Agustus 2020	3
Tabel 4.1 Hasil Wawancara Pendidikan Formal yang Mendukung	32
Tabel 4.2 Hasil Wawancara Pengalaman yang Dijadikan Dasar Mengambil Keputusan Kreatif.....	34
Tabel 4.3 Hasil Wawancara Pihak dan Topik Diskusi yang Dijadikan Dasar Mengambil keputusan Kreatif.....	35
Tabel 4.4 Hasil Wawancara Bahan Bacaan yang dijadikan Dasar Mengambil Keputusan Kreatif	36
Tabel 4.5 Hasil Wawancara Pengalaman-Pengalaman Belajar yang Mendukung Dalam Pengambilan Keputusan Kreatif	37
Tabel 4.6 Hasil Wawancara Masalah yang Terjadi Dalam Bisnis	39
Tabel 4.7 Hasil Wawancara Penyebab Masalah.....	39
Tabel 4.8 Hasil Wawancara Persamaan Masalah dengan Berbagai Data dan Peristiwa.....	41
Tabel 4.9 Hasil Wawancara Perbedaan Masalah dengan Berbagai Data dan Peristiwa	42
Tabel 4.10 Hasil Wawancara Ide yang Muncul Dalam Pemikiran Setelah Mendapatkan Berbagai Informasi dan Data	43
Tabel 4.11 Hasil Wawancara Cara Merenungkan Ide.....	45
Tabel 4.12 Hasil Wawancara Jangka Waktu Merenungkan Ide	46
Tabel 4.13 Hasil Wawancara Pemecahan Kreatif Spontan.....	47

Tabel 4.14 Hasil Wawancara Cara Menguji Ide Kreatif	49
Tabel 4.15 Hasil Wawancara Cara Menguji Keakuratan Ide Kreatif	52
Tabel 4.16 Hasil Wawancara Ide Kreatif	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Kreatif	19
Gambar 4.1 Tempat Usaha Market Mobil	28
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Market Mobil	29
Gambar 4.3 Perbandingan Iklan OLX Market Mobil dengan <i>Showroom</i> Lain...	65
Gambar 4.4 Market Mobil Meletakkan Mobil di Depan Showroom dan Mengikuti Protokol COVID-19.....	67
Gambar 4.5 Video Kondisi Mobil yang Dikirim Ke Konsumen Melalui WA	68
Gambar 4.6 Perbandingan DP Market Mobil dan DP pada Umumnya.....	69
Gambar 4.7 Jaminan Uang Kembali Tertuang di Iklan OLX Market Mobil.....	71

