

IMPLIKASI *CRITICAL THINKING* DAN *CREATIVE THINKING* DALAM PENGAMBILAN PUTUSAN PERLUASAN USAHA PT. X RESTORAN WARALABA CEPAT SAJI di INDONESIA

Melisa Soetjipto

Akuntansi/Fakultas Bisnis dan Ekonomika

MelisaSoetjipto@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui implikasi *critical thinking* dan *creative thinking* dalam pengambilan putusan perluasan usaha PT. X restoran waralaba cepat saji di Indonesia. Selain itu, mengetahui kontribusi *critical thinking* dan *creative thinking* terhadap perusahaan terkait perluasan usaha yang dilakukan. Penelitian ini merupakan basic research dengan menggunakan pendekatan kualitatif berupa explanatory research. Data yang diambil merupakan data primer yang diambil dari wawancara dan juga data sekunder dari *annual report* dan dokumen lainnya. Objek penelitian ini merupakan salah satu perusahaan restoran waralaba cepat saji di Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa baik *critical thinking* dan *creative thinking* memiliki implikasi terhadap pengambilan putusan perluasan usaha. *Critical thinking* dan *Creative thinking* turut memberikan kontribusi bagi perusahaan baik kontribusi positif dan negative. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *critical thinking* dan *creative thinking* tidak ada yang lebih unggul, keduanya memiliki hubungan simbiosis mutualisme sesuai dengan hasil penelitian sebelum oleh Padget (2012).

Kata kunci : Berpikir Kritis, Berpikir Kreatif, Pengambilan Putusan, Perluasan Usaha, Restoran, Waralaba.

PENDAHULUAN

Krisis keuangan global yang terjadi di tahun 2008 membawa perubahan dalam berbagai aspek. Para analis mencoba untuk mencari tahu penyebab dan dampak atas krisis keuangan global. Tidak sedikit yang percaya bahwa timbulnya krisis global disebabkan oleh kegagalan dan lemahnya pemimpin (Rawlinson, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh Wellins, et al (2013) menunjukkan 17% kegagalan pemimpin disebabkan oleh pengambilan putusan yang buruk. Pengambilan putusan yang buruk menandakan adanya pengambilan putusan yang irasional.

Tindakan pengambilan putusan irasional seharusnya perlu dihindari oleh seorang pemimpin, terutama pada masa setelah krisis keuangan global. Karena tantangan organisasi bisnis yang dihadapi saat ini sangat besar yaitu, meningkatnya persaingan global, pasar negara berkembang, meningkatnya biaya energy, biaya teknologi, serta ruang lingkup politik dan ekonomi (Kreitsberg,2011). Selain itu, pada organisasi bisnis dituntut untuk melakukan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan yang berbeda. Hal ini melihat

pada fakta bisnis saat ini bahwa siklus hidup produk lebih pendek. Oleh karena itu, Puccio et al (2007) berpendapat bahwa dengan semakin kompleks situasi yang ada, maka diperlukan pemimpin yang dapat mengadopsi pola pikir baru yang lebih kreatif.

Sebuah studi oleh IBM (IBM Corporation, 2010) menunjukkan bahwa 60% CEO yang berpartisipasi dalam penelitian percaya bahwa kreativitas adalah kualitas pemimpin yang paling penting. Sedangkan penelitian yang dilakukan Puccio, et al (2011) berpendapat bahwa pemimpin yang memiliki *creative thinking* memiliki pengaruh positif terhadap ruang lingkup mereka. Hal ini turut didukung oleh penelitian Lebon dan Arnaud (2001) yang mengatakan bahwa dengan adanya *creative thinking* dalam pengambilan putusan dapat memberikan *win-win solutions*.

Di sisi lain, beberapa analisis lainnya mengatakan bahwa dalam kondisi di era globalisasi yang penuh tantangan, seorang pemimpin dituntut untuk memiliki *critical thinking* (Reezak, 2011). Penelitian sebelumnya turut mendukung bahwa kemampuan *critical thinking* merupakan kebutuhan yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin (Duchesne, 1997). Selain itu survey yang dilakukan *American Management Association* (2012), memperkuat pernyataan analisis sebelumnya yang menunjukkan bahwa 68% percaya bahwa keterampilan *critical thinking* sebagai kompetensi utama dalam seorang pemimpin. Penelitian oleh Gambriel (2006) turut menunjukkan bahwa *critical thinking* memampukan seseorang lebih baik dalam pengambilan keputusan dan melakukan penilaian dalam situasi yang kompleks.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, penulis memperoleh ketertarikan untuk melakukan penelitian mengenai **Implikasi *Critical Thinking* dan *Creative Thinking* dalam Pengambilan Putusan Perluasan Usaha PT. X Restoran Waralaba Cepat Saji di Indonesia**. Hal ini dilatarbelakangi dari penelitian-penelitian yang ada yang mengatakan bahwa pada era globalisasi seorang pemimpin dituntut untuk memiliki *critical thinking*, dan disisi lain seorang pemimpin dituntut untuk memiliki *creative thinking*. Kedua ketrampilan berpikir ini memberikan kontribusi positif terhadap bisnis, salah satunya dalam pengambilan putusan. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *critical thinking* dan *creative thinking* terhadap pengambilan putusan terkait dengan perluasan usaha. Hal ini menjadi menarik bagi penulis, mengingat perluasan usaha merupakan hal yang sering dilakukan oleh pebisnis.

Untuk itu penulis ingin meneliti *research gap* yang mana belum ada penelitian yang menghubungkan implikasi kedua ketrampilan yaitu *critical thinking* dan *creative thinking*

terhadap pengambilan putusan perluasan usaha. Penulis juga ingin mengetahui sejauh mana *critical thinking* dan *creative thinking* digunakan dalam pengambilan putusan perluasan usaha.

METODE PENELITIAN

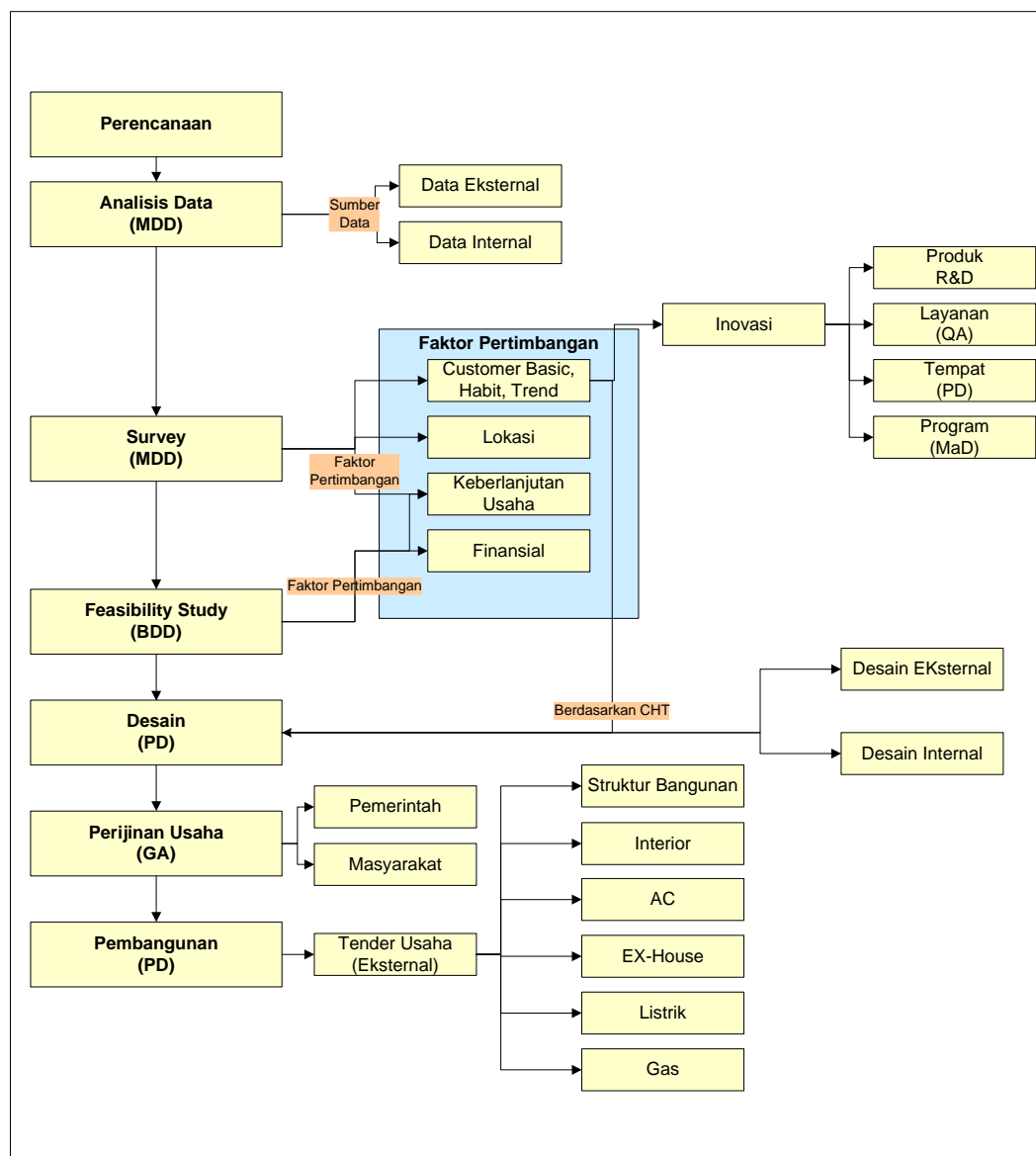
Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dan tujuan dari penelitian ini adalah *explanatory research*. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan adanya implikasi *critical thinking* dan *creative thinking* terhadap pengambilan putusan perluasan usaha. Beberapa metode pengumpulan data untuk penelitian kualitatif adalah wawancara, observasi, dan analisis dokumen (Efferin, dkk, 2008:137). Untuk menjawab *research question* penelitian ini, penulis akan menggunakan metode wawancara, observasi dan analisis data.

Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik, penulis melakukan validasi data serta realibilitas data. Validasi data bertujuan agar data yang diperoleh selama penelitian dapat dipertanggungjawabkan dengan memiliki relevansi dan kredibilitas. Untuk mencapai validasi data, penulis menggunakan triangulasi data. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam melakukan pengumpulan data, penulis memastikan bahwa data yang diperoleh dapat diandalkan sesuai dengan fakta yang ada. Penulis berusaha untuk menjaga keobjektifitasan dalam proses pengumpulan data dan selama penelitian ini dilakukan untuk menjaga realibilitas data dari penelitian. Hal ini diperlukan untuk memperoleh hasil penelitian yang objektif, dan memberikan manfaat bagi pembaca.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek dari penelitian ini merupakan PT. X, salah satu perusahaan waralaba restoran cepat saji di Indonesia yang memiliki hak eksklusif atas MM, salah satu restoran waralaba di dunia. PT. X melakukan perluasan usaha dengan membuka gerai restoran baru di wilayah Indonesia. Tujuan utama PT X melakukan perluasan usaha untuk menambah pangsa pasar, mencapai pertumbuhan profit, mendominasi pangsa pasar di Indonesia agar dapat memaksimalkan peluang merek MM, serta meminimalkan potensi competitor untuk mendirikan bisnis ayam yang kuat.

Aktivitas perluasan usaha menjadi tanggung jawab dari General Manager Business and Development yang membawahi 6 departemen. Selain itu General Manager HRD & General Affair turut memiliki tanggungjawab dalam perluasan usaha terkait perekrutan karyawan dan perijinan usaha. Gambar 1 menunjukkan proses perluasan usaha PT X.



Gambar 1. Proses Perluasan Usaha PT.X

Proses perluasan usaha PT. X cenderung menggunakan 2 teknik pengambilan putusan yaitu *cost and benefit analysis* dan *conjoint analysis*. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana perusahaan mempertimbangkan faktor financial perluasan usaha melalui *feasibility study*, yang mana pihak manajemen akan melihat timbal balik dari pembukaan suatu cabang dengan memrediksi BEP serta ekspektasi penjualan. Selain itu *conjoint analysis* terlihat digunakan ketika pihak manajemen harus memilih suatu lokasi yang akan dipilih konsumen ketika mencari restoran MM, tidak jarang pihak manajemen juga mempertimbangkan putusan konsumen dalam melakukan transaksi di restoran.

Setelah penulis memahami proses perluasan usaha PT. X, penulis melihat bahwa proses perluasan usaha PT X terkait pembangunan gerai restoran MM tidak terlepas dari kontribusi *critical thinking* dan *creative thinking*. Hal ini melihat adanya keterlibatan *critical*

thinking dalam tahap perencanaan, analisis data, survey termasuk dalam mempertimbangkan faktor perluasan usaha seperti *Customer Habit* dan *Trend* (CHT), lokasi, dan keberlanjutan usaha, feasibility study, serta pembangunan gerai restoran MM. Tabel 1 menunjukkan adanya *critical thinking* dan *creative thinking* dalam pengambilan putusan perluasan usaha PT. X di Indonesia.

Tabel 1
Critical Thinking dan Creative Thinking dalam Pengambilan Putusan Perluasan Usaha PT. X

	<i>Critical Thinking</i>	<i>Creative Thinking</i>	<i>Level Management</i>
Perencanaan	<i>Purposif</i>	<i>Thinking Out Of The Box</i>	<i>Top Management</i>
Analisis Data	<i>Intpretatsion, Analysis</i>		<i>Middle Management</i>
Survey	<i>Convergent Thinking, Disposition Thinking</i>	<i>Thinking Out Of The Box</i>	<i>Top Management</i>
	<i>Intpretation, Explanantion</i>	<i>Innovation</i>	<i>Middle Management</i>
Feasibility Study	<i>Objective, Intpretation</i>		<i>Top And Middle Management</i>
Desain		<i>DIVERGENT THINKING, INNOVATION</i>	<i>MIDDLE MANAGEMENT</i>
Perijinan Usaha		<i>WIN-WIN SOLUTIONS</i>	<i>MIDDLE MANAGEMENT</i>
Pembangunan	<i>Objective, Inference</i>	<i>Win-Win Solutions</i>	<i>Middle Management</i>

Dari penelitian ini, penulis melihat bahwa terdapat atribut *critical thinking* oleh Faccione (1990) pada proses perluasan usaha, antara lain *interpretation, analysis, evaluation, inference, explanation* serta *self regulation*.

Seperti diketahui dalam proses perluasan usaha PT X, setiap department harus dihadapi dengan situasi, dan kondisi yang berbeda di setiap lokasi tujuan survey yang memiliki kompleksitas masing-masing. Penilaian terhadap situasi dan kondisi didasarkan pada pemikiran rasional yang didasarkan pada informasi lapangan melalui survey. Tidak hanya itu, informasi yang diperoleh akan diinterpretasikan, dianalisis, dievaluasi dan

disimpulkan untuk memperoleh keyakinan memadai dalam pengambilan putusan perluasan usaha. Pengambilan putusan perluasan usaha terkait pembangunan gerai restoran MM yang didasarkan pada informasi yang paling relevan merupakan elemen *critical thinking* menurut Chartrand, et al (2013).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis meyakini *critical thinking* mampu digunakan untuk pengambilan putusan yang lebih baik. Keyakinan penulis didukung dengan semakin tingginya pertumbuhan gerai restoran MM sebesar 38,86% selama 7 tahun terakhir. Kepemilikan gerai restoran MM yang semakin banyak meningkatkan pangsa pasar yang dimiliki, pangsa pasar yang meningkat mendorong peningkatan penjualan.

Creative thinking digunakan dalam perluasan usaha PT X, antara lain saat pencarian lokasi, melakukan inovasi, mempertimbangkan keberlanjutan usaha, mendesai gerai restoran MM, serta perijinan usaha. *Creative thinking* mampu memberikan perbedaan dalam proses perluasan usaha dan memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan.

Creative thinking turut digunakan dalam mencari solusi terbaik saat melakukan perijinan usaha yang berhubungan dengan masyarakat dan pemerintah tanpa melanggar aturan yang ada. Selain itu, pengambilan putusan *win-win solutions* turut digunakan pada saat negosiasi dalam pemilihan kontraktor yang akan melakukan pembangunan gerai restoran MM. Seperti diketahui, perusahaan akan memilih kontraktor yang memberikan penawaran terbaik, yaitu kualitas yang ditawarkan memiliki biaya yang tidak mahal. Sedangkan kontraktor ingin memenangkan tender dengan memperoleh keuntungan. Untuk itu dibutuhkan negosiasi dalam pemilihan kontraktor, untuk memperoleh putusan *win-win solutions*.

Critical thinking dan *creative thinking* memberikan kontribusi terhadap penjualan, pangsa pasar, serta penghargaan yang menunjukkan eksistensi dari perusahaan. Penggunaan *critical thinking* dan *creative thinking* dalam perluasan usaha tidak dapat dipisahkan. *Critical thinking* tanpa *creative thinking* tidak akan mampu memberikan inovasi yang menciptakan originalitas sehingga timbul identitas perusahaan. Sedangkan, *creative thinking* tanpa *critical thinking* dalam perluasan usaha menjadikan pengambilan putusan perluasan usaha menjadi tidak rasional dan dapat menyebabkan kegagalan. Tidak jarang *critical thinking* dan *creative thinking* bekerja secara bersama pada proses perluasan usaha sehingga keduanya dapat menciptakan kontribusi positif bagi perluasan usaha.

Namun penggunaan *critical thinking* dan *creative thinking* dalam pengambilan putusan perluasan usaha turut mengalami keterbatasan terutama terkait faktor eksternal yang seringkali tidak dapat dihindari, maupun adanya kinerja operasional yang turut mempengaruhi hasil dari proses perluasan usaha. Hal ini dibuktikan masih terdapat gerai restoran MM yang harus tutup diakibatkan sudah tidak layak beroperasi, masa sewa telah berakhir dan tidak dapat diperpanjang, maupun adanya permasalahan pihak eksternal yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan fenomena bahwa *critical thinking* dan *creative thinking* memberikan implikasi terhadap pengambilan putusan perluasan usaha. Temuan ini mendukung penelitian sebelum yang menyatakan bahwa *critical thinking* memampukan seseorang lebih baik dalam pengambilan putusan dan melakukan penilaian dalam situasi yang kompleks (Gabril,2006).

Selain itu, hasil temuan yang menunjukkan bahwa *creative thinking* digunakan dalam perijinan usaha dan pembangunan gerai untuk memperoleh *win-win solutions*, turut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lebon dan Arnaud (2001) yaitu, adanya *creative thinking* dalam pengambilan putusan dapat memberikan *win-win solutions*. Tidak hanya itu, hasil penelitian menunjukkan *creative thinking* mendorong adanya inovasi. Inovasi merupakan kegiatan utama bagi *quick service restaurant* (Ottenbacher dan Harrington, 2008).

Hasil penelitian menunjukkan *critical thinking* dan *creative thinking* tidak hanya dibutuhkan oleh pemimpin, namun juga setiap karyawan yang terlibat dalam proses perluasan usaha. Hasil penulisan turut mendukung bahwa *critical thinking* dan *creative thinking* memberikan manfaat dalam pengambilan putusan yang dilakukan (Coughlan, 2007).

Padget (2012) mengatakan bahwa baik *critical thinking* dan *creative thinking* adalah berharga dan tidak ada yang lebih unggul. Bahkan, telah ditunjukkan bahwa ketika salah satu dihilangkan selama proses pemecahan masalah, efektivitas atas pemecahan masalah menurun. Penelitian yang dilakukan penulis turut mendukung hasil penerlitan Padget (2012), penulis melihat bahwa *critical thinking* tanpa *creative thinking* tidak akan mampu memberikan inovasi yang menciptakan originalitas sehingga timbul identitas perusahaan. Sedangkan, *creative thinking* tanpa *critical thinking* dalam perluasan usaha menjadikan pengambilan putusan perluasan usaha menjadi tidak rasional dan dapat menyebabkan

kegagalan. Sehingga dapat dilihat *critical thinking* dan *creative thinking* memiliki hubungan simbiosis mutualisme.

DAFTAR PUSTAKA

- American Management Association. (2010). *AMA 2010 Critical Skills Survey*. AMA Enterprise.
- Coughan, Ann. (2007). *Learning to Learn: Creative Thinking and Critical Thinking*. DCU Student Learning Resources.
- Duchesne, Robert. 1997. *Critical Thinking, Developmental, Learning, and Adaptive Flexibility in Organizational Leaders*. PAACE Journal of Livelong Learning, Vol 6.
- Gambrill, E. (2006). *Evidence-based practice and policy: Choices ahead*. Research on Social Work Practice, 16(3), 338–357
- IBM Corporation. (May, 2010). *Capitalizing on complexity: Insights from the global chief executive officer study*. (Tanggal Akses 29 September, 2014 from <http://www-935.ibm.com/services/us/ceo/ceostudy2010/>)
- Lebon, Tim, David Arnaud. (2001). *Towards Wise Decision-Making III: Critical and Creative Thinking*. Practical Philosophy.
- Puccio, J Gerard, Marry C, Marie Mance. (2007). *Creative Leadership: Skills That Drive Change*. Sage Publications.
- Rawlinson, Richard. (2009). *Leadership Lessons and the Economic Crisis: Where We've Come From and Where We're Headed*. Booz & Co. London.
- Rezak, Catherine J. (2011). *Leadership White Paper: Developing Critical Thinking in Today's Leader*. Paradigma Learning.
- Wellins, McGrath, Selkovits. (2013). *Be Better Than Average: a Study on the state of Frontline Leadership*. The Talent Management Expert.