**PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN PRODUKSI**

**Hari/tanggal : Sabtu, 24 Oktober 2020**

**Materi : Mengembangkan Intuisi dengan Analisis Pasar**

**Kelas : XII Produsi**

**Guru : Dra. R. Sebayang**

**Kombinasi antara Analisis Pasar dan Intuisi**

Intuisi menurut Rorty dalam Mutis mempunyai empat arti pokok, yaitu :

1. sebagai firasat atau keyakinan tanpa pembuktian yang tidak didahului dengan penalaran atau penyimpulan,
2. sebagai pengetahuan tanpa didasarkan pada penalaran dan langsung mengenai kebenaran sebuah pernyataan,
3. sebagai pengetahuan langsung mengenai sebuah konsep, dan
4. pengetahuan tanpa pernyataan (tanpa kata). Masih dalam Mutis, Westscott menyebutkan komponen kunci dari intuisi adalah pengetahuan dan pengalaman yang kita miliki sepanjang hidup kita, kita tak henti-hentinya membuat keputusan-keputusan yang rumit tanpa sadar menyaring sejumlah besar informasi yang telah kita peroleh.

Lebih lanjut Kehoe (2004 : 46-47) menyebutkan Henry Mintzberg, penulis Harvard Business Review menyatakan bahwa eksekutif perusahaan sering berpedoman pada intuisi. Ia menyimpulkan bahwa kesuksesan tak hanya bersandar pada konsep dangkal pemikiran yang disebut rasio, tapi juga pada logika dan intuisi yang kuat. Pendiri CNN dan miliuner Ted Turner berkata, “cita-cita dan intuisi bekerja bersama-sama”. Para ahli mengatakan bahwa informasi yang masuk dalam alam sadar kurang dari satu persen. Alam sadar hanya mengetahui dan mengerti pengalaman pribadi dan pengetahuan anda, sedang alam bawah sadar selalu terhubung dengan seluruh sistem dan punya akses ke seluruh sistem energi intuisi. Dicontohkan oleh Mutis (1995 : 13) penemu walkman, yakni mendiang Akio Morita, presiden direktur Sony Corporation. Ia menemukan produk ini, didasarkan pada intuisi bahwa orang-orang yang olahraga lari pagi tentu membutuhkan hiburan dengan suara yang segar, kekuatan intuisinya itu memberikan hasil yang menakjubkan. Intuisi bisa saja menjadi kurang efektif jika kurang ada pemahaman yang mendalam tentang subyek yang akan dijawab, dan kurang ada kesempatan untuk mempertajam intuisi sendiri. Disisi lain, analisis ilmiah dalam penataan bisnis yang baik dapat dilakukan di mana saja sejauh dimungkinkan memperoleh data yang relevan dan kalau tak punya data yang tepat pada waktu yang tepat, analisis ilmiah dalam bisnis bisa mubazir.

Intuisi yang berkembang dengan baik dapat membuat seseorang menjadi kreatif dan inovatif. Kreatif dan inovatif sangat diperlukan untuk mengembangkan suatu usaha sehingga tidak mengalami kejenuhan atau bahkan mandeg. Keberanian untuk mengambil keputusan merupakan sesuatu yang dibutuhkan agar roda usaha dapat berjalan dengan baik. Keputusan yang didasari dengan analisis pasar yang cermat serta intuisi yang tajam sesuai situasi dan konteks bisnis akan menghasilkan keputusan yang tepat dan menguntungkan. Analisis pasar yang akurat dikombinasikan dengan intuisi dan disertai dengan doa yang kuat, niscaya perusahaan akan dapat berkembang dengan baik sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Tanggung jawab, tulus, kerja keras, berani, setia pada pekerjaan, kunci sukses menjalankan sebuha usaha.