

VOALA
HUIT

KREATIFITAS & INOVASI

Dasar membentuk karakter wirausaha - 1



Dr. Ir. Musyawaroh, MT.
Tim Dosen MKU-Kewirausahaan
Universitas Sebelas Maret

KREATIFITAS

PENGERTIAN

1. **Kreativitas** merupakan usaha memikirkan sesuatu atau kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.
 2. **Kreatif** pada dasarnya adalah bagaimana menghadirkan sesuatu benda atau hal yang sebelumnya belum ada untuk dipergunakan.
 3. Dalam hal memanfaatkan peluang, seorang wiraswastawan dituntut untuk selalu memiliki sikap **kreatif** dan **inovatif**.
- Setiap orang pada dasarnya memiliki sikap **kreatif** dan **inovatif**, akan tetapi tidak semua orang bisa mengembangkan sikap kreatif dan inovatifnya tersebut secara maksimal.
 - Dalam mengembangkan sikap **kreatif** dan **inovatif** harus dibarengi dengan usaha mentoring dan triggering dari para praktisi dan pelaku bisnis yang lebih dulu sukses dengan pengalaman kegagalan demi kegagalan yang dialami sebelumnya.

CARA BERFIKIR KREATIF DALAM BERWIRAUSAHA MENURUT ZIMMERER

1. PERSIAPAN

Persiapan **berfikir kreatif dalam berwirausaha** dapat dijalankan dalam bentuk training, magang dan pengalaman belajar lainnya.

2. SURVEY

Mempelajari masalah secara mendalam dan memahami konsep dasarnya..

3. TRANSFORMASI

Mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang ada dari beberapa informasi yang terkumpul.

4. INKUBASI

Inkubasi merupakan penyiapan pikiran bawah sadar untuk merenungkan informasi yang terkumpul..

5. ILLUMINATION

Pemecahan spontan yang menyebabkan adanya titik terang.

6. VERIFIKASI

Validasi keakuratan manfaat dari ide-ide yang muncul untuk membuktikan ide-ide baru yang akan diimplementasikan..

7. PENERAPAN

Mengimplementasikan semua yang telah diperoleh agar menunjukkan hasil yang baik dan sempurna.

Zimmerer mengelompokan tujuh langkah agar dapat berpikir kreatif yaitu :

1. **Selalu belajar.** Dalam hal ini setiap keadaan akan selalu ada peluang untuk dapat dipelajari.
2. **Belajar sebanyak mungkin.** Artinya jangan hanya mempelajari apa yang menjadi keahlian kita saja tetapi bidang bidang lain juga karena bidang lain pun tidak menutup kemungkinan untuk bisa dijadikan sebagai peluang inovasi.
3. **Melakukan diskusi / bertukar pikiran** dengan orang lain **mengenai ide-ide** yang kita dapat.
4. Kumpulkan **artikel-artikel** yang penting yang **berhubungan dengan usaha** kita.
5. Lakukan **diskusi** dengan **para profesional atau asosiasi**, pelajari cara mereka memecahkan persoalan yang dihadapi.
6. **Pergunakan waktu** untuk selalu belajar sesuatu dari orang lain.
7. **Kembangkan keterampilan** dengan menyimak gagasan orang lain.

Zimmerer memberikan beberapa **kaidah atau kebiasaan kewirausahaan** yaitu :

1. Kreasi, Inovasi dan aktivasi.

Wirausaha selalu memimpikan ide-ide baru dan bertanya “apa mungkin” atau “Kenapa tidak” dan menggunakan inovasinya dalam kegiatan praktis

2. Selalu melihat keluar untuk mencari peluang baru.

Wirausaha harus selalu usaha mencari dan menemukan cara baru untuk menciptakan peluang usaha.

3. Berpikir sederhana.

Wirusahawan harus selalu mengharapkan umpan balik dan berusaha dengan cara sesederhana mungkin.

4. Mencoba, memperbaiki dan melakukannya.

Wirausaha berorientasi pada tindakan. Bila ada ide, wirausaha akan segera mencobanya kemudian memperbaiki kemudian mengerjakannya.

5. Selalu menginginkan yang terbaik, terunggul, dan tepat sasaran.

Seorang wirausaha jangan pernah takut, mereka harus selalu memiliki impian besar. Meskipun tidak selalu benar, mimpi besar adalah sumber penting untuk berkreasi dan berinovasi.

6. Jangan gengsi untuk memulai dari hal-hal yang kecil.

Banyak contoh perusahaan – perusahaan besar yang berhasil karena dimulai dari usaha kecil.

7. Jangan takut gagal, belajarlh dari kegagalan.

Untuk menjadi sukses, *seorang wirausaha harus* tahu bahwa inovasi terbesar berasal dari kegagalan. Jangan pernah takut kepada kegagalan, karena didalam kegagalan tersebut ada pelajaran yang dapat di ambil. Sesungguhnya kegagalan adalah kesuksesan yang tertunda.

8. Jangan pernah menyerah.

Seorang wirausahawan bukan orang yang mudah menyerah. Tanamkan selalu motivasi didalam diri untuk menjaga semangat agar selalu menyala.

9. Berusaha untuk terus mengejar apa yang diinginkan.

Wirausahawan adalah orang yang tidak mudah menyerah dalam mengejar apa yang belum dicapainya.

5 TEKNIK BERPIKIR KREATIF

- 1. Teknik Skamperr** atau Substitusi, Kombinasi, Adaptasi, Memperbesar, Penggunaan Lain, Eliminasi, Re-arrange dan Reverse.
Pilih salah satu teknik ini untuk ide atau satu hal yang ingin dilakukan, untuk menghadirkan ide dan inovasi yang baru.
- 2. Teknik Asosiasi**, yaitu langkah untuk menggabungkan berbagai ide menjadi hal yang baru.
- 3. Teknik Meminjam Pikiran Orang Lain**, jangan ragu untuk melihat sesuatu melalui perspektif orang lain untuk memunculkan ide yang baru dan berbeda.
- 4. Teknik Asumsi** merupakan teknik mengeluarkan asumsi yang sudah terbangun didalam pikiran
- 5. Teknik Intuisi** yaitu mengandalkan intuisi atau insting **bisnis**. Intuisi akan terbangun sejalan dengan semakin banyaknya pengalaman dalam menjalankan usaha.

SYARAT-SYARAT ORANG KREATIF (MENURUT ROE DALAM FRINCES, 2004)

- a. Keterbukaan terhadap pengalaman (openness to experience).
- b. Pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan (observance seeing things in unusual ways).
- c. Keinginan (curiosity) Toleransi terhadap ambiguitas (tolerance of apporites)
- d. Kemandirian dalam penilaian, pikiran dan tindakan (independence in judgement, thought and action)
- e. Memerlukan dan menerima otonomi (needing and assuming autonomy)
- f. Kepercayaan terhadap diri sendiri (self - reliance)
- g. Tidak sedang tunduk pada pengawasan kelompok (not being subject to group standart and control).
- h. Ketersediaan untuk mengambil resiko yang diperhitungkan (willing to take calculated risks).

Kegunaan pola pikir kreatif adalah:

1. Menemukan gagasan, ide, peluang, dan inspirasi baru
2. Mengubah masalah atau kesulitan dan kegagalan menjadi sebuah pemikiran yang cemerlang untuk langkah selanjutnya
3. Menemukan solusi yang Inovatif
4. Menemukan sesuatu kejadian yang belum pernah dialami atau yang pernah ada hingga menjadi sebuah penemuan baru
5. Mengubah keterbatasan yang ada sebelumnya menjadi sebuah kekuatan atau keuanggulan

Inovasi

PENGERTIAN

- **Inovasi** adalah pemasukan atau pengenalan hal-hal baru, pembaharuan, penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya.
- Everett M. Rogers (1983), Mendefinisikan bahwa **inovasi** adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi.
- Stephen Robbins (1994), Mendefinisikan, **inovasi** sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa.

Berdasarkan pengertian tersebut, Robbins lebih memfokuskan pada tiga hal utama yaitu :

1. Gagasan baru yaitu suatu olah pikir dalam mengamati suatu fenomena yang sedang terjadi, gagasan baru ini dapat berupa penemuan dari suatu gagasan pemikiran, Ide, sistem sampai pada kemungkinan gagasan yang mengkristal.
2. Produk dan jasa yaitu hasil langkah lanjutan dari adanya gagasan baru yang ditindak lanjuti dengan berbagai aktivitas, kajian, penelitian dan percobaan sehingga melahirkan konsep yang lebih konkret dalam bentuk produk dan jasa yang siap dikembangkan dan diimplementasikan.
3. Upaya perbaikan yaitu usaha sistematis untuk melakukan penyempurnaan dan melakukan perbaikan (improvement) yang terus menerus sehingga buah **inovasi** itu dapat dirasakan manfaatnya.

Inovasi mempunyai 4 (empat) ciri yaitu :

1. Memiliki kekhasan / khusus artinya suatu **inovasi** memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar Orsinalitas dan kebaruan.
3. Program **inovasi** dilaksanakan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu **inovasi** dilakukan melalui suatu proses yang yang tidak tergesa-gesa, namun kegiatan inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.
4. **Inovasi** yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

Sifat Perubahan Dalam Inovasi Ada 6 Kelompok

1. Penggantian (substitution)

Misalnya : **Inovasi** dalam penggantian mesin mobil dari manual menjadi matic.

2. Perubahan (alternation)

Misalnya : Mengubah/merombak motor lawas menjadi bentor .

3. Penambahan (addition)

Misalnya : Menambahkan roda ke 3 untuk motor disabilitas.

4. Penyusunan kembali (restructturing)

Misalnya : Upaya menyusun/merakit kembali/ulang sebuah kendaraan dalam upaya peningkatan fungsinya.

5. Penghapusan (elimination)

Contohnya : Menghilangkan asesoris kendaraan yg kurang diperlukan

6. Penguatan (reinforcement)

Misalnya : Upaya peningkatan atau pemantapan kemampuan tenaga dan fasilitas sehingga berfungsi secara optimal dalam permudahan tercapainya tujuan secara efektif dan efisien.

Rothwell (1994) menjelaskan bahwa **evolusi inovasi terbagi dalam lima generasi** perilaku inovasi, yaitu:

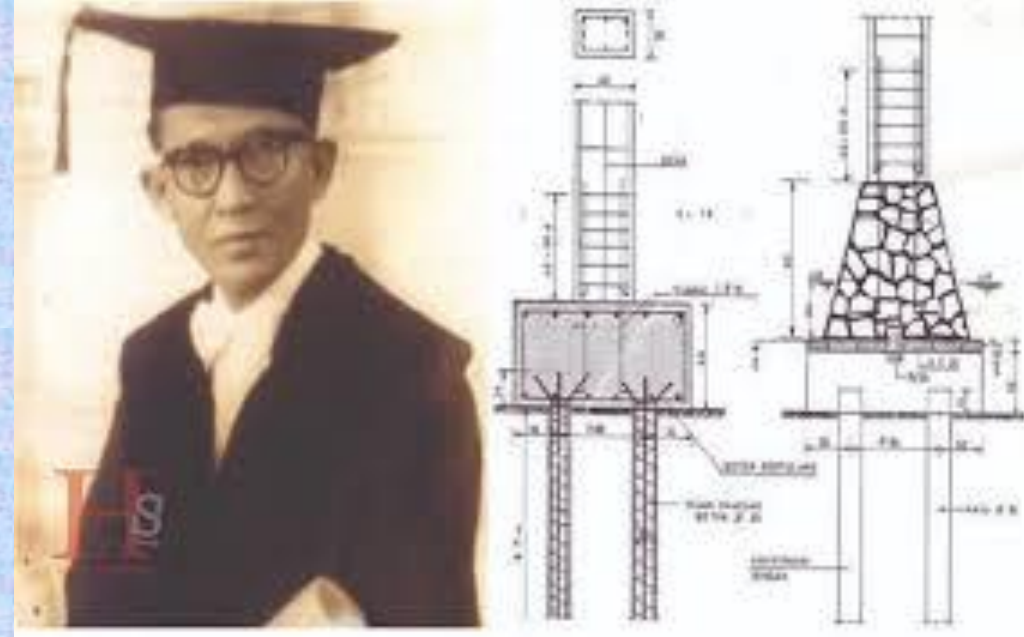
1. Generasi pertama inovasi (1G) – *technology push*. Area inovasi lebih menekankan sebagai pondasi dari revolusi industri. Inovasi hadir bersama teknologi baru untuk mengembangkan produk dan produksi.
2. Generasi kedua inovasi (2G) – *need pull*. Area inovasi berbasis pada fokus pasar dan konsumen, dimana konsumen menekan kebutuhan dan respon teknologi produksi. Pemasaran menentukan peran dari pemunculan ide-ide baru.
3. Generasi ketiga inovasi. (3G) – *coupling model*. Area inovasi berkembang menjadi model pengelompokan. Pemasaran mungkin membutuhkan ide-ide baru, namun teknologi produksi memberikan solusi. Alternatifnya, R&D mengembangkan ide-ide baru bagi pemasaran dengan feedback dari pasar, R&D dan pemasaran menyatu dalam hubungan yang kuat.

4. Generasi keempat inovasi (4G) – *integrated model*. Model inovasi yang terintegrasi menunjukkan R&D dan pemasaran memiliki aktivitas yang terintegrasi, bersama dengan supplier dan menghilangkan peran yang dikelompokkan untuk memimpin konsumen.
5. Generasi kelima inovasi (5G) – *system integration and networking model*. Model inovasi yang dikembangkan mengintegrasikan strategi mitra dengan supplier dan konsumen melalui sistem yang tangguh dan memiliki kolaborasi antara pemasaran dan penelitian yang kuat. Penekanan pada fleksibilitas dan kecepatan pengembangan dengan fokus pada kualitas dan faktor lainnya

Beberapa contoh inovasi karya anak bangsa yang mendunia sebagai berikut:

1. Pondasi Cakar Ayam (1961)

- Ditemukan oleh Prof. Dr. Ir. Sedijatmo ketika ia sebagai pejabat PLN
- Mampu mengurangi hingga 75% tekanan pada permukaan tanah dibandingkan dengan pondasi biasa.
- Digunakan di Bandara Juanda, Surabaya yang mampu menahan beban hingga 2.000 ton/pesawat super jumbo jet.
- Sudah dipatenkan, juga digunakan di Jerman, Inggris, Perancis, Italia, Belgia, Kanada, AS, Belanda.



2. Teori *Crack Progression* (1968)

- Ditemukan oleh Dr. Ing. Bacharuddin Jusuf Habibie. B
- Beliau menemukan bagaimana rambatan titik *crack* itu bekerja, perhitungannya sangat detail sampai kepada hitungan atomnya.
- Habibie mendapat julukan sebagai Mr. Crack.
- Dengan menerapkan teori ini menghindari risiko pesawat jatuh dan membuat pemeliharannya lebih mudah dan murah



3. *Two Man Cockpit (1969)*

- Wiweko Soepono yang dikenal sebagai penemu pesawat komersil *two-man cockpit* yang diterapkan pabrik Airbus Industrie.
- Pesawat pertama kokpit dua awak adalah Airbus A300-B4 FFCC (*Forward Facing Crew Cockpit*), cikal bakal pesawat *glass cockpit* berawak dua yang digunakan hingga sekarang.
- Dengan mengeliminir *flight engineer* dan mengubah *setting layout cockpit* pesawat, maka diperoleh konsep FFCC (*Forward Facing Crew Cockpit*) yang memungkinkan pesawat kelas jumbo hanya diterbangkan oleh dua awak pesawat.



Referensi

- Clayton M. Christensen. (1997). *The Innovator's Dilema: When New Technologies cause Great Firms to Fail*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Drucker P.F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. London: Pan Books Ltd.
- Tips cara berfikir kreatif, 2014. <http://www.tabloidwirausaha.com/2014>
- Dimas, S., 2012. Definisi Inovasi, <http://definisimu.blogspot.com/2012>