

KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM BERWIRAUSAHA

Larasati Anggita¹⁾, Syurlita²⁾

^{1,2)}UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

Email: larasatianggita61@gmail.com, syurlita54@gmail.com

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk menyelidiki peran kreativitas dan inovasi dalam konteks kewirausahaan. Artikel ini membahas definisi kreativitas dan inovasi, proses kreativitas dan inovasi, karakteristik kreativitas dan inovasi, modal kreativitas, macam-macam inovasi, serta manfaat mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam kewirausahaan. Dalam artikel ini, dilakukan tinjauan literatur yang komprehensif untuk memahami konsep kreativitas dan inovasi. Artikel ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman tentang peran kreativitas dan inovasi dalam konteks kewirausahaan. Hasil kesimpulan artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan panduan bagi para pengusaha dan calon pengusaha dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam bisnis mereka.

Kata Kunci: kreativitas, inovasi, kewirausahaan, proses, karakteristik, modal, manfaat.

Abstract

Abstract is presented at the beginning of the text and a maximum of 200 words in Indonesian and English with Times New Roman 11 pt. If the article is in English, then the abstract should be written in English only. The abstract contains a brief description of the problem and purpose of the study, the method used, and the results of the study. Typing abstracts is done with a single space. The abstract summarizes briefly and clearly: (a) the purpose and scope of the study, (b) the method used, (c) summary of results, (d) conclusions. The background of the problem does not need to be written in the abstract. Abstracts followed by at least four keywords (keywords). Keywords should be included to describe the domain of the problem under study and the underlying terms underlying the conduct of the research. Keywords can be single words or word combinations (phrases). Searching for research titles and abstracts is made easier with these key words.

Keywords: author guidelines, Journal of SCORE, template articles

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Orang yang melakukan kegiatan kewirausahaan disebut wirausahawan. Mereka mempunyai motivasi, panggilan jiwa, persepsi dan emosi yang sangat terkait dengan nilai-nilai, sikap dan perilaku sebagai manusia unggul.

Dalam berwirausaha, kemajuan usaha sangat bergantung kepada kreativitas ide para wirausahawan. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki usaha. Kreativitas sangat berpengaruh terhadap inovasi, begitu pun sebaliknya inovasi dapat berkembang apabila dilandasi dengan kreativitas.

Hubungan kreativitas dan inovasi yaitu sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Hal tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa inovasi terbentuk dari ide kreatif yang dimiliki para wirausahawan.

METODE PENELITIAN

Tata kerja penelitian ditulis secara jelas, sehingga percobaan atau penelitian tersebut dapat diulang dengan hasil yang sama. Berisi rancangan desain/prosedur penelitian, populasi dan sampel/sumber data, teknik pengumpulan data dan pengembangan instrumen, teknik analisis data. Pemaparan dilakukan secara naratif dalam bentuk alinea yang terpadu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kreativitas

a. Definisi kreativitas

Menurut KBBI, kreativitas berasal dari kata utama kreatif, yaitu. kemampuan untuk menciptakan sesuatu. Menurut Utami Munandar (2012:25), Kreativitas sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, sebagai kemampuan untuk memberi gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan baru antara unsur yang sudah ada sebelumnya.

Menurut Slameto (2010:146), bahwa yang penting dalam kreativitas bukanlah penemuan sesuatu yang belum pernah diketahui orang sebelumnya, melainkan bahwa produk kreativitas merupakan sesuatu yang baru bagi diri sendiri dan tidak harus merupakan sesuatu yang baru bagi orang lain atau dunia pada umumnya.

b. Proses kreativitas

Untuk meningkatkan kreativitas memerlukan suatu proses dengan langkahlangkah tertentu yaitu sebagai berikut:

- 1) Langkah pertama adalah *preparation* (persiapan), hal ini dapat dilakukan melalui pendidikan formal, pelatihan, dan pengalaman kerja. Untuk mempersiapkan berpikir kreatif, Anda harus melakukan hal-hal berikut yang sangat membantu: terus belajar, banyak membaca tentang segala hal, dan kemudian berbicara dengan pekerja lain, terutama pekerja berpengalaman.
- 2) Langkah kedua, *investigation* adalah mempelajari masalah dan mengidentifikasi komponen utama masalah.
- 3) Langkah ketiga, *transformation* adalah mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang ada dengan informasi dan data yang diperoleh. Analisis *Convergen* dan *Divergen* dapat diterapkan di sini. *Convergen thinking* adalah kemampuan melihat persamaan dan hubungan antara berbagai informasi dan peristiwa. *Divergen thinking* adalah kemampuan melihat perbedaan yang ada.
- 4) Langkah keempat, *incubation* adalah seolah-olah seseorang keluar rumah atau melupakan masalah yang dihadapi, hal ini sangat baik guna menciptakan kreativitas. Terlibat dalam aktivitas santai seperti olahraga, berkebun di taman, hal ini seringkali memunculkan pemikiran yang kreatif.
- 5) Langkah kelima *illumination*, adalah langkah yang memunculkan ide baru dalam waktu yang tidak terbatas, biasanya pada saat anda sudah lupa dengan masalah tersebut.
- 6) Langkah keenam *verification*, adalah melakukan percobaan, membuat simulasi, tes pasar untuk produk, buat pilot proyek dan sebagainya untuk memvalidasi ide yang tepat atau akurat, apakah berguna atau tidak.
- 7) Langkah ketujuh *implementation*, adalah tahap dimana ide direalisasikan dan digunakan.

c. Karakteristik kreativitas

Menurut Munandar (Hamzah B. Uno dan nurdin Mohamad, 2011: 252), berpendapat bahwa indikator kreativitas sebagai berikut:

- 1) Memiliki rasa ingin tahu yang besar.
- 2) Sering mengajukan pertanyaan yang berbobot.

- 3) Memberikan banyak gagasan dan usul terhadap suatu masalah.
- 4) Mampu menyatakan pendapat secara spontan dan tidak malu-malu.
- 5) Mempunyai pendapat sendiri dan dapat mengungkapkannya, tidak mudah terpengaruh oleh orang lain.
- 6) Mempunyai daya imajinasi yang kuat.
- 7) Dapat bekerja sendiri (mandiri).
- 8) Senang mencoba hal-hal baru.
- 9) Mampu mengembangkan atau merinci suatu gagasan (kemampuan elaborasi).

d. Modal kreativitas

- 1) Modal insani (kecakapan, pengetahuan, dan keterampilan).

Modal insan merujuk kepada sumber daya manusia yang melibatkan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas yang dimiliki oleh individu. Modal ini sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan suatu negara. Pendidikan dan kesehatan adalah dua faktor utama yang dapat meningkatkan modal insan ini. Selain itu, modal insan juga dapat berkontribusi langsung terhadap pertumbuhan ekonomi.

- 2) Modal sosial (kepercayaan, kejujuran, dan etika).

Modal sosial adalah sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat dalam bentuk norma-norma atau nilai-nilai yang memfasilitasi dan membangun kerja sama melalui jaringan interaksi dan komunikasi yang harmonis dan kondusif. Modal sosial memiliki tiga unsur, yaitu komponen, kepercayaan, dan jaringan, yang memiliki fungsi untuk membantu masyarakat dalam beberapa kondisi-kondisi sosial.

- 3) Modal budaya (nilai-nilai, adat istiadat, dan kebiasaan).

Modal budaya adalah kumpulan pengetahuan, tingkah laku, dan kemahiran yang dapat diterapkan oleh seseorang untuk menunjukkan kompetensi budaya seseorang, dan dengan itu status sosial atau kedudukan masyarakat. Ada tiga jenis modal budaya: Modal budaya terkandung, Objektifikasi modal budaya, dan Modal budaya terlembagakan.

- 4) Modal struktur kelembagaan (modal yang berasal dari pemerintah).

Modal ini merujuk kepada struktur organisasi atau sistem yang diterapkan oleh suatu lembaga atau pemerintah. Struktur ini berfungsi sebagai dasar dari bisnis atau organisasi dan dapat mempengaruhi bagaimana aset perusahaan dibiayai. Selain itu, struktur ini juga dapat mempengaruhi bagaimana organisasi beroperasi dan berinteraksi dengan masyarakat.

2. Inovasi

a. Definisi inovasi

Inovasi membutuhkan pencarian peluang baru. Artinya memperbaiki barang dan jasa yang sudah ada atau menciptakan barang dan jasa baru. Inovasi juga merupakan kemampuan untuk menggabungkan unsur-unsur produksi yang ada dengan cara yang baru dan lebih baik. Menurut KBBI, inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang telah diketahui sebelumnya (ide, metode, atau alat) (<http://kbbi.web.id>).

Menurut Suryana (2013:73), inovasi memiliki tiga makna penting, yaitu:

- 1) Inovasi sebagai inovasi

Pada hakikatnya inovasi adalah suatu inovasi atau kebaruan yang menghasilkan nilai tambah baru atas penggunaannya. Objek inovasi adalah nilai tambah suatu produk atau jasa. Inovasi selalu diungkapkan sebagai solusi teknis yang lebih diterima oleh masyarakat. Inovasi adalah hasil penerapan praktis inovasi. Inovasi selalu baru, parameter utama inovasi adalah nilai tambah bagi pengguna.

2) Inovasi sebagai perubahan

Inovasi adalah perubahan. Perubahan dapat berupa transformasi, difusi yang mengarah pada perubahan. Ditinjau dari dimensi waktu inovasi, inovasi lebih menekankan pada objek-objek baru, namun sebenarnya lebih menekankan pada proses-proses baru yang dapat menghasilkan objek-objek baru. Artinya inovasi dimulai dari suatu proses baru untuk menghasilkan suatu barang baru. Jadi, inovasi berarti menjadi sebuah difusidan akhirnya mengubah sesuatu.

3) Inovasi sebagai keunggulan

Inovasi adalah keunggulan. Inovasi berarti kita menciptakan manfaat dalam bentuk baru. Inovasi bisa bermacam-macam bentuknya, seperti inovasi produk, proses, metode, teknologi, dan manajemen. Konsep inovasi seringkali diartikan berbeda-beda, meskipun secara umum memiliki arti yang sama. Inovasi linguistik merupakan fenomena munculnya kata-kata baru, bukan kata-kata warisan. Inovasi berbeda dengan neologisme.

b. Proses inovasi

Proses pengembangan inovasi dapat dikelompokkan pada tingkat nasional, kelompok atau individu. Untuk itu, wirausahawan harus mampu mengelola tahapan proses inovasi, yaitu: (Rusdiana, 2014).

- 1) Observasi dan penelitian terhadap lingkungan internal dan eksternal.
- 2) Opsi untuk driver inovatif.
- 3) Ada banyak cara untuk menciptakan sumber daya dan produk dan atau layanan melalui penelitian.

Dimensi jenis inovasi, tahapan inovasi dan tingkat analisisnya adalah sebagai berikut:

- 1) Inovasi produk merupakan hasil karya seluruh karyawan di perusahaan.
- 2) Inovasi manajemen adalah inovasi yang berkaitan dengan manajemen dan berorientasi pada proses struktural dan manajemen personalia (SDM) dan sistem akuntansi
- 3) Inovasi yang berkelanjutan merupakan perubahan bertahap hingga radikal sesuai dengan tingkat perubahan yang ditujukan pada penerapan inovasi tersebut.
- 4) Inovasi proses merupakan upaya untuk menghasilkan produk dan jasa yang baik.
- 5) Inovasi teknis adalah inovasi yang berhubungan langsung dengan pembuatan suatu produk.

c. Karakteristik inovasi Setiadi (2010:78) menyatakan bahwa ciri-ciri inovasi terdiri dari lima hal yaitu:

- 1) Keunggulan relatif, pertanyaan paling penting dalam mengevaluasi potensi keberhasilan suatu produk baru adalah, “Apakah produk tersebut menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk penggantinya?”.
- 2) Harmoni/kesesuaian merupakan faktor penting dalam penerimaan produk baru. Kesesuaian mengacu pada sejauh mana suatu produk sesuai dengan nilai-nilai yang ada dan pengalaman masa lalu calon pengguna.
- 3) Kompleksitas adalah tingkat di mana suatu inovasi dianggap sulit untuk dipahami dan digunakan. Semakin kompleks suatu produk, semakin sulit untuk mendapatkan persetujuan.
- 4) Trialability adalah sejauh mana suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu, atau sejauh mana inovasi tersebut dipastikan akan digunakan. Inovasi dapat diuji dalam situasi nyata, inovasi biasanya diadopsi lebih cepat. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya. Produk baru lebih mungkin berhasil jika konsumen dapat bereksperimen atau bereksperimen dengan sejumlah ide.

- 5) Visibilitas (observability) Sejauh mana orang lain dapat melihat hasil penggunaan inovasi. Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, maka semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi inovasi tersebut. Visibilitas dan kemudahan komunikasi mencerminkan sejauh mana teman dan tetangga melihat hasil penggunaan suatu produk baru.

d. Macam-macam inovasi

- 1) Inovasi produk adalah proses menciptakan dan mengembangkan ide baru atau memperbaiki produk yang ada dengan tujuan meningkatkan nilai tambah, kualitas, fungsionalitas, atau daya tarik bagi pelanggan. Contoh inovasi produk yang biasa dilakukan adalah dengan mengembangkan varian baru, model, hingga kualitas tertentu pada produk. Inovasi produk memiliki banyak manfaat, seperti menciptakan sesuatu yang berguna, menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi, meningkatkan kreativitas masa depan, dan mengurangi biaya.
- 2) Inovasi proses bisnis adalah kunci untuk meningkatkan efisiensi operasional. Proses bisnis yang inovatif dapat membantu meraih goals yang diinginkan, dengan tetap berpegang pada *guideline* yang sudah ada. Inovasi bisnis tidak selalu dilakukan pada produk saja, tapi juga bisa dilakukan dalam bentuk proses. Contoh inovasi bisnis pada proses: toko offline berubah menjadi toko online.
- 3) Inovasi organisasi adalah suatu hal baru berupa apapun yang dapat terjadi di dalam suatu organisasi. Baik organisasi formal atau informal. Inovasi ini selalu berbentuk proses perubahan yang memberikan kemajuan bagi organisasi tersebut. Inovasi organisasi juga dapat berarti mengubah struktur organisasi, tugas, dan tanggung jawab untuk meningkatkan kolaborasi dan responsif terhadap perubahan.

3. Manfaat Mengembangkan Kreativitas Dan Inovasi:

- a. Meningkatkan Efisiensi Produk: Dengan mengembangkan kreativitas dan inovasi, kita dapat menciptakan produk atau layanan yang lebih efisien. Ini bisa berarti membuat produk yang lebih hemat energi, mengurangi biaya produksi, atau meningkatkan kualitas produk. Efisiensi ini bisa memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan membedakan produk kita dari kompetitor.
- b. Sebagai Pembeda atau Ciri Khas Bisnis: Kreativitas dan inovasi dapat menjadi ciri khas suatu bisnis. Dengan menciptakan produk atau layanan yang unik dan berbeda, bisnis dapat menonjol di antara pesaing dan menarik lebih banyak pelanggan. Ini juga dapat membantu membangun merek dan reputasi bisnis.
- c. Menarik Lebih Banyak Konsumen: Produk atau layanan yang inovatif dan kreatif cenderung menarik perhatian konsumen. Ini bisa membantu bisnis menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Selain itu, konsumen cenderung lebih loyal terhadap merek yang terus menerus menghadirkan inovasi.
- d. Menciptakan Pasar Baru di Tengah Masyarakat: Kreativitas dan inovasi bisa membantu menciptakan pasar baru. Dengan menciptakan produk atau layanan baru yang belum pernah ada sebelumnya, bisnis dapat menciptakan permintaan baru dan membuka peluang pasar baru.
- e. Mampu Bersaing dengan Bisnis Kompetitor: Dalam dunia bisnis yang kompetitif, kreativitas dan inovasi sangat penting. Dengan terus menerus berinovasi, bisnis dapat tetap kompetitif, menjaga relevansinya di pasar, dan menjaga loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Dua kata yang selalu bergandengan dalam dunia bisnis yaitu kata kreativitas dan inovasi. Kreativitas yaitu berkaitan dengan ditemukannya ide-ide baru tentang suatu produk dan inovasi adalah bagaimana cara mengimplementasikan kreativitas tersebut.

Seseorang yang memiliki usaha dan bisnis sangat penting untuk selalu mengembangkan ide-ide yang kreatif dan inovatif untuk memajukan usahanya agar dapat bermanfaat dalam menjalankannya. Modal memang merupakan faktor yang penting dalam merintis usaha dan bisnis, namun modal tidak hanya dengan materi tetapi juga dengan kita memiliki ide-ide yang kreatif dan inovatif saja bisa menjadikan sebuah modal awal dalam membangun sebuah usaha. Selain itu seorang wirausaha juga harus memiliki pemikiran yang kritis dan kreatifitas dalam menciptakan sesuatu yang baru.

Kemampuan dan bakat juga merupakan salah satu modal seseorang dalam merintis suatu usaha, karena dengan adanya bakat yang kita miliki menjadikan sebuah modal awal yang juga dapat bermanfaat untuk merintis sebuah usahanya. Jadi, Betapa pentingnya seseorang mampu untuk bisa berpikir kreatif dan inovatif dalam berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Munandar, Utami. 2012. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rusdiana. 2014. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Bandung: Pustaka Pustaka.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.