

PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA YANG KREATIF DAN INOVATIF DALAM BERWIRAUSAHA

Alloysius Vendhi Prasmoro¹, Iskandar Zulkarnaen²
Program Studi Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
alloysius.vendhi@dsn.ubharajaya.ac.id, iskandar.zulkarnaen@dsn.ubharajaya.ac.id
()

ABSTRAK

Saat ini Indonesia bersama dengan negara-negara berkembang lainnya telah memasuki era revolusi industri 4.0 yang merupakan sebuah revolusi secara fundamental dapat mengubah pola dan cara hidup, bekerja dan komunikasi satu dengan yang lainnya. Awal mula revolusi industri ditandai dengan adanya pembaharuan teknologi yang dapat membawa perubahan yang baru dan risiko yang baru yang dapat muncul seperti adanya pengangguran karena adanya disrupsi. Kunci utama dalam memasuki revolusi industri 4.0 adalah sumber daya manusia yang handal. Dengan demikian maka peningkatan kualitas dan kompetensi sumber daya manusia menjadi sangat penting terutama dalam pemanfaatan teknologi terbaru. Pada kondisi saat ini di era VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) di mana ketidakpastian dan kompetisi yang sangat ketat serta kondisi sulit pandemi saat ini, maka kita dituntut untuk mencari peluang yang lebih baik dengan daya kreasi dan inovasi yang baru. Hal ini diharapkan dapat menjadi jalan keluar atau solusi atas permasalahan dengan kondisi yang terjadi saat ini untuk tujuan usaha yang lebih unggul dan kompetitif. Di sini berarti kreatif dan inovatif merupakan hal penting dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif sebuah usaha khususnya bagi pelaku wirausaha yang berjiwa *entrepreneur*.

Kata Kunci: kreatif, inovatif, kompetitif, entrepreneur, sumber daya manusia.

ABSTRACT

Currently, Indonesia along with other developing countries have entered the era of the industrial revolution 4.0 which is a revolution that can fundamentally change patterns and ways of living, working and communicating with one another. The beginning of the industrial revolution was marked by the presence of technological reforms that could bring new changes and new risks that could arise, such as unemployment due to disruption. The main key in entering the industrial revolution 4.0 is reliable human resources. Thus, improving the quality and competence of human resources is very important, especially in the use of the latest technology. In the current conditions in the era of VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) where uncertainty and competition are very tight as well as the difficult conditions of the current pandemic, we are required to look for better opportunities with new creativity and innovation. This is expected to be a way out or a solution to problems with the current conditions for a more superior and competitive business objective. This means that creative and innovative are important things in creating added value and competitive advantage of a business, especially for entrepreneurs with entrepreneurial spirit.

Keywords: *creative, innovative, competitive, entrepreneur, human resources.*

PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia bersama dengan negara-negara berkembang lainnya telah memasuki era revolusi industri 4.0 yang merupakan sebuah revolusi secara fundamental dapat mengubah pola dan cara hidup, bekerja dan komunikasi satu dengan yang lainnya. Awal mula revolusi industri ditandai dengan adanya pembaharuan teknologi yang dapat membawa perubahan yang baru dan risiko yang baru yang dapat muncul seperti adanya pengangguran karena adanya disrupsi. Kunci utama dalam memasuki revolusi industri 4.0 adalah sumber daya manusia yang handal. Dengan demikian maka peningkatan kualitas dan kompetensi sumber daya manusia menjadi sangat penting terutama dalam pemanfaatan teknologi terbaru. Perubahan teknologi yang semakin canggih perlu disikapi dan dipersiapkan dengan matang dan sesuai dengan sasaran. Maka dari itu sejak dini kita harus mempersiapkan kompetensi sumber daya manusia yang kompetitif, adaptif, kreatif dan inovatif.

Salah satu sektor industri yang mampu bertahan di era revolusi industri 4.0 yakni sektor industri kreatif, industri kreatif termasuk industri kecil yang mampu menyediakan sumber daya kewirausahaan (*entrepreneurial resources*) dan kesempatan lapangan kerja yang luas (*employment opportunities*) serta mampu menjadi motor penggerak ekonomi (Hu, W, M. 2010). Industri kreatif dapat menciptakan iklim bisnis yang positif dan dapat mendukung pemanfaatan sumber daya yang terbarukan, pusat penciptaan inovasi, pembentukan kreativitas, serta memiliki dampak sosial yang positif. Upaya yang dilakukan dalam mengatasi permasalahan terkait dengan sumber daya manusia pelaku usaha memerlukan strategi dalam mengelola sumber daya manusia, strategi tersebut diperlukan untuk keberlanjutan usahanya. (Widiastuti, 2019).

Dalam era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*) dan disrupsi ditambah dengan pandemi, menjadikan kreativitas sangat dibutuhkan oleh organisasi dan para profesional untuk menemukan ide-ide baru dalam mengatasi krisis, bertahan dan memenangkan persaingan. Pada awal tahun 2020 ini semua negara di dunia disibukkan oleh adanya wabah pandemik Covid 19. Hal tersebut mengakibatkan Sebagian besar negara di dunia fokus pada cara mengatasi masalah tersebut, yang menyebabkan penyelesaian masalah ekonomi dan masalah lainnya menjadi prioritas ke sekian. Dampaknya adalah pada sektor ekonomi yang akan mengalami resesi. Berdasarkan data yang dihimpun, bahwa ekonomi Indonesia mengalami kontraksi hingga minus 5,3% pada kuartai II -2020, begitu pula negara-negara lainnya. Sementara di sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) juga terdampak karena adanya pandemic Covid 19 tersebut. Apalagi setelah diterapkan aturan PSBB (Pembatasan Sosial Bersekala Basar) di berbagai kota dan daerah di Indonesia, di mana omzet penjualan mengalami penurunan yang sangat drastis. Dengan adanya hal ini yang menuntut pelaku usaha (wirausaha) untuk membuat cara-cara baru dalam menjual hasil produknya, seperti penjualan dengan online dan sebagainya. Jadi wirausaha harus lebih kreatif dan inovatif dalam membuat produk dan atau jasanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengusaha dapat bekerja lebih efektif dan efisien berkat adanya kreativitas dan inovasi. Dengan demikian diharapkan akan terus ada pengembangan produk dan jasa yang baru. Sehingga pengusaha itu dapat menemukan peluang baru dalam menjalankan bisnisnya. Terutama dalam masa-masa sulit seperti sekarang ini dibutuhkan kreativitas dan inovasi untuk menunjang usahanya. (Wiyono et al, 2020).

Kreativitas dan inovasi tentunya tidak langsung datang begitu saja, namun memerlukan sebuah proses. Proses ini lebih mengarah kepada kualitas sumber daya manusianya yang termasuk dalam kompetensi *soft skill* khususnya bagi pelaku wirausaha di masa pandemic saat ini. Berdasarkan uraian di atas menjadikan latar belakang tulisan ini disusun dengan judul Peningkatan Sumber Daya Manusia yang Kreatif dan Inovatif dalam Berwirausaha. Tulisan ini disusun sebagai sebuah kajian literatur dengan pembahasan yang terbatas pada area peningkatan soft skill khususnya kreatif dan inovatif.

PEMBAHASAN

Pengertian Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia.

Salah satu investasi yang utama dan penting bagi pelaku usaha adalah sumber daya manusia yang merupakan kunci kesuksesan dan kemajuan suatu usaha agar tetap bertahan dan berkembang dengan baik. Sumber daya manusia (SDM) adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. SDM juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan. Pada hakikatnya, SDM berupa manusia yang dipekerjakan di sebuah organisasi sebagai penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi itu. SDM yang baik untuk mendukung kontribusi maksimal kepada suatu bidang usaha dapat dilakukan dengan melalui pendidikan dan pelatihan dengan berbagai strategi pengembangan secara optimal. Apabila disarikan dari beberapa sumber referensi, pengertian strategi pengembangan manusia ini merupakan tahapan yang dimulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kualitas atau kompetensi yang meliputi pengetahuan, keterampilan dan sikap dari sumber daya manusia, yang diharapkan mampu berkembang ke arah yang lebih baik.

Wayne & Noe (2000),) menyebutkan bahwa pengertian pengembangan sumber daya manusia adalah sebagai upaya suatu manajemen yang terencana dan dilakukan secara berkesinambungan dalam rangka peningkatan kompetensi pekerja melalui program pelatihan, pendidikan dan pengembangan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah rancana yang cermat mengenai kegiatan mencapai sasaran khusus. Strategi atau langkah-langkah yang dapat diambil oleh perusahaan/organisasi dapat berupa mengagendakan program pelatihan, *job assignment*, pemagangan, memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menyumbangkan ide, pemberian *reward* dan *punishment*.

Tujuan dan Manfaat Pengembangan SDM

Pengembangan sumber daya manusia memiliki tujuan untuk memperbaiki unjuk kerja (*performance*) pegawai, mengembangkan kecakapan dan keterampilannya sesuai dengan tuntutan pekerjaan dan meningkatkan karier atau promosi sehingga dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan bidang usaha. Selain itu, pengembangan dapat diartikan sebagai peningkata sebuah kompetensi yang dapat berupa pemberian keterampilan, pengetahuan pegawai yang lebih mengutamakan pada pemberian pengetahuan, konsep dan sikap untuk menerima tanggung jawab yang lebih besar.

Menurut Siagian (2017), ada enam manfaat dalam pengembangan sumber daya manusia, yaitu:

1. Membantu para pegawai membuat keputusan lebih baik.
2. Meningkatkan kemampuan para pekerja menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapinya.
3. Terjadinya internalalisasi dan operasionalisasi faktor-faktor motivasional.
4. Timbulnya dorongan dalam diri para pekerja untuk terus meningkatkan kemampuan kerjanya.
5. Peningkatan kemampuan pegawai untuk mengatasi stress, frustasi dan konflik yang pada gilirannya memperbesar rasa percaya pada diri sendiri.
6. Tersedianya informasi tentang berbagai program.

Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Griffin (2002) menyatakan strategi pengembangan sumber daya manusia sebagai rencana komprehensif dalam pengembangan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam tahapannya tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitas pengembangan sumber daya manusia yang meliputi :

- a. Pengembangan Organisasi (*Organization Development*). Pengembangan organisasi merupakan program dalam rangka peningkatan efektivitas keorganisasian dengan mengintegrasikan keinginan individu dan kelompok. Pengembangan organisasi itu sendiri diharapkan dapat memberikan hasil perubahan budaya yang meliputi nilai, keyakinan sikap, pola perilaku, gagasan, makna, dalam tempat kerja/organisasi.
- b. Kerja kelompok (*Team Work*). Artinya bagaimana melakukan aktivitas pekerjaan dari beragam kebutuhan dan motivasi mampu berkoordinasi, berkomunikasi secara intensif dengan berbagai bentuk gagasan, ide, dan kreativitas dalam organisasi, sehingga dapat mencapai tujuan bersama.

Komponen tersebut di atas juga dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas kehidupan kerja/komitmen terhadap kelompok.

- c. Pendidikan (*Employees Education Development*). Pendidikan aparatur salah satu strategi fungsional SDM suatu organisasi berupaya memberikan kesempatan kepada pegawai sesuai dengan kebutuhan, kemampuan, dan caranya sendiri, berorientasi dan fokus pada individu dan pengembangan diri. Hasil yang diharapkan dalam Pendekatan ini adalah mobilitas karir, pertumbuhan kepribadian.
- d. Pelatihan Karyawan (*Employees Training*). Pelatihan bertujuan untuk peningkatan kemampuan pegawai dalam melaksanakan tugas. Pelatihan memiliki sasaran kerja pada jangka pendek dengan berfokus pada pekerja yang belum menguasai teknis/operasional. Pengembangan pegawai melalui kegiatan pelatihan selain berorientasi pada jangka pendek maupun jangka panjang. Hasil yang diharapkan dapat memberikan bekal pengetahuan dan kemampuan bagi pekerja untuk meningkatkan kualitas pegawai agar dapat memiliki keunggulan yang kompetitif.
- e. Analisis kebutuhan pelatihan (*Training Need Assessment*). *Training Needs Assessment* (TNA) atau analisis kebutuhan pelatihan adalah suatu langkah yang dilakukan sebelum melakukan pelatihan dan merupakan bagian terpadu dalam merancang pelatihan untuk memperoleh gambaran komprehensif tentang materi, alokasi waktu tiap materi, dan strategi pembelajaran yang sebaiknya diterapkan dalam penyelenggaraan pelatihan agar pelatihan bermanfaat bagi peserta pelatihan.

Konsep Kreatif dan Inovatif

Definisi kreatif berasal dari Bahasa Inggris, *to create* yang berarti membuat atau memproduksi, menyebabkan hal baru itu ada, memproduksi hal baru yang menggunakan kemampuan bakat dan imajinasi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia definisi kreatif adalah memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan atau yang bersifat daya cipta dengan adanya kecerdasan dan imajinasi. Sedangkan kreativitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kemampuan untuk mencipta, memiliki daya cipta, atau berkreasi. Dengan demikian secara sederhana dapat dipahami bahwa kreatif adalah proses untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan diperoleh melalui imajinasi (Jumari, 2017).

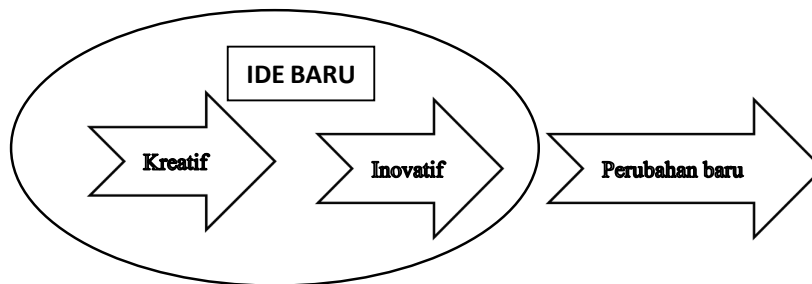
Rhodes (Munandar:2012) mengatakan bahwa kreativitas dapat didefinisikan ke dalam empat jenis dimensi sebagai *Four P's Creativity*, yaitu dimensi *Person*, *Proces*, *Press* dan *Product* sebagai berikut;

- a. Definisi kreativitas dalam Dimensi *Person*. Definisi pada dimensi person adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada individu atau person dari individu yang dapat disebut kreatif.
- b. Definisi kreativitas dalam *Process*. Definisi pada dimensi proses adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berfikir sehingga memunculkan ide-ide unik.
- c. Definisi kreativitas dalam Dimensi *Product*. Definisi pada dimensi produk merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru / original atau sebuah elaborasi atau penggabungan yang inovatif.
- d. Definisi kreativitas dalam Dimensi *Press*. Definisi dan pendekatan kreativitas yang menekankan faktor press atau dorongan baik dorongan internal (diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta), maupun dorongan eksternal dan lingkungan social dan psikologis.

Pemahaman definisi kreatif biasanya tidak lepas dan dikaitkan dengan inovatif. Istilah inovatif berasal dari Bahasa Inggris, *to innovate* yang berarti melakukan sesuatu dengan cara yang baru. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia definisi inovatif adalah bersifat memperkenalkan sesuai yang baru, pembaruan, kreasi baru, dengan cara baru. Sedangkan inovasi adalah pengenalan hal yang baru, penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya, berupa gagasan baru, metode baru atau alat baru. Dengan demikian maka dapat dipahami bahwa inovatif adalah menemukan dan melakukan sesuatu ide, gagasan, metode atau alat baru yang berdaya guna dan bermanfaat bagi orang banyak.

Keterkaitan kreatif dan inovatif adalah sama-sama sebagai merupakan proses menciptakan ide atau gagasan untuk menghasilkan sesuai yang baru dan dapat terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan zaman. Perbedaan mendasar adalah pada dasarnya sikap yang inovatif

sudah pasti kreatif sementara sikap yang kreatif belum tentu inovatif. Kemampuan berpikir kreatif yang masih dalam bentuk sebuah ide baru dapat dituangkan untuk memunculkan sesuatu yang baru yang inovatif dengan tujuan adanya perubahan baru yang lebih baik. Hubungan antara kreatif dan inovatif dapat ditunjukkan pada Gambar 1. di bawah ini.



Gambar 1. Hubungan Kreatif dan Inovatif

Berpikir Kreatif dan Inovatif

Setelah dapat kita pahami bersama tentang kreatif dan inovatif serta keterkaitannya, maka kita perlu mengetahui cara berpikir kreatif dan inovatif sesuai dengan kemampuan berpikir masing-masing. Dalam proses berpikir, setiap manusia menggunakan otak kanan dan otak kiri. Otak kiri sering digunakan untuk berpikir secara analitis, sistematis dan logis, sedangkan otak kanan sering digunakan untuk berpikir secara imajinatif dan kreatif. Seseorang yang mempunyai keinginan menjadi kreatif berusaha dapat mengoptimalkan otak kanan daripada otak kiri.

Cara berpikir kreatif dan inovatif dapat dilakukan melalui tahapan berikut ini :

1. Apakah ada cara atau metode lain yang lebih baik ?
Berdasarkan pertanyaan tersebut dilakukan kajian lebih jauh sesuai dengan histori atau pengalaman atau kinerja selama ini dengan kebiasaan, rutinitas atau tradisi yang ada.
2. Refleksi
Tahapan ini dilakukan perenungan dan kajian dari sisi atau sudut pandang lain yang lain.
3. Isu strategis
Hasil dari kajian sudut pandang lain apakah ada yang lebih baik.
4. Ide baru
Hasil dari tahapan sebelumnya dapat ditentukan ide baru yang lebih baik sesuai sudut pandang yg dipilih.
5. Perubahan baru
Dari ide baru diharapkan dapat menjadi perubahan baru yang lebih baik dan berdaya guna.

Menurut Zimmerer & Thomas (2008) beberapa kegiatan untuk membentuk dan mengembangkan kreativitas, antara lain:

- a. Menjadikan kreativitas sebagai nilai utama
- b. Merangkul perbedaan
- c. Mengharapkan kreativitas
- d. Memberikan toleransi dan bersabar dalam menghadapi kegagalan
- e. Mendukung keingintahuan yang ada dalam setiap diri orang
- f. Melakukan perubahan secara periodik
- g. Melihat masalah sebagai tantangan
- h. Memberikan pelatihan untuk berkreaitivitas
- i. Memberikan dukungan dalam bentuk alat, sumber daya, serta waktu untuk mengembangkan kreativitas
- j. Mengembangkan prosedur untuk menerima ide-ide kreatif
- k. Meminta umpan balik dari konsumen atau orang lain
- l. Menempatkan karya, produk atau jasa pada pasar yang berbeda
- m. Memberikan penghargaan atas kreativitas yang muncul
- n. Memberikan contoh bertindak kreatif.

Berdasarkan uraian dari Zimmerer & Thomas (2008) tersebut, maka hal tersebut dapat diimplementasikan untuk semua pelaku wirausaha, karena setiap pekerja atau sumber daya manusia

dituntut untuk mampu memunculkan kreativitas dan mengembangkannya menjadi sebuah inovasi yang baru.

Kreativitas yang telah dimiliki oleh setiap individu dapat pula ditingkatkan yaitu dengan beberapa cara sebagai berikut (Wijatno, 2009).

- 1) Biarkan diri kita menjadi kreatif. Cara utama yang paling penting adalah membiarkan diri kita menjadi orang yang kreatif. Jangan membiarkan ide-ide yang terlihat sederhana karena takut dianggap bodoh. Ingatlah bahwa ketika kreativitas muncul, tidak ada ide yang bodoh. Semua ide adalah suatu awal pemikiran dan tindakan kreatif; ke waktu. Sebagai contoh maraknya
- 2) Berikan input-input segar setiap hari ke dalam pikiran kita. Untuk dapat bertindak kreatif, pikiran kita butuh stimulasi. Lakukan hal yang berbeda setiap hari, dengarkan stasiun radio yang berbeda, membaca berbagai media koran, majalah yang berbeda, pilih rute perjalanan yang berbeda. Tindakan yang berbeda dari rutinitas akan membuat diri kita menemukan hal-hal baru yang selama ini tidak pernah terpikirkan atau terbayangkan.
- 3) Amati produk atau jasa dari perusahaan lain, terutama dari pasar yang berbeda. Orang yang kreatif seringkali meminjam ide atau produk orang lain yang sangat tidak berkaitan dengan produk atau jasa dari perusahaannya untuk menghasilkan produk atau jasa baru.
- 4) Kenali kekuatan kreatif dari kesalahan. Inovasi seringkali muncul dari suatu kegagalan yang terjadi. Orang-orang yang kreatif tidak menganggap kegagalan sebagai akhir dari segalanya, tetapi justru menjadikan hal tersebut sebagai Langkah awal menuju keberhasilan yang lebih sempurna. Melalui kegagalan, orang yang kreatif akan mencoba melihat apa yang perlu diperbaiki dan dikembangkan sehingga menjadi suatu yang lebih baik.
- 5) Selalu bawa buku catatan untuk berkembang, karena karyawan dituntut untuk menampung semua pikiran dan ide. Jangan membuang sia-sia semua pikiran dan ide kreatif mengenai segala hal yang dapat muncul kapan saja dan dimana saja.
- 6) Dengarkan orang lain. Tidak ada aturan dalam kreativitas yang menyatakan bahwa ide kreatif harus datang dari diri kita sendiri. Banyak ide-ide yang justru datang dari orang lain, tetapi kitalah yang mungkin membuat ide itu menjadi kenyataan.
- 7) Dengarkan konsumen. Beberapa ide terbaik mengenai suatu produk dan jasa baru atau aplikasi baru dari produk dan jasa muncul dari konsumen karena adanya kebutuhan yang berbeda dari setiap konsumen dan kebutuhan yang berbeda dari waktu ke waktu.
- 8) Berbicara dengan anak-anak. Sering kali ide-ide kreatif muncul dari anak-anak yang pemikirannya masih bebas dan penuh imajinasi, serta dari apa yang dibutuhkan anak-anak.
- 9) Baca buku-buku yang membangkitkan atau ikutilah pelatihan kreativitas. Berpikir kreatif adalah salah satu teknik yang dapat dipelajari dan dikembangkan.
- 10) Santailah sejenak. Kesibukan yang sama sekali seringkali membuat diri kita terjebak dalam rutinitas sehingga pemikiran kita tidak berkembang. Salah seorang ahli kreativitas mengatakan bahwa memancing adalah kegiatan yang baik untuk membangkitkan kreativitas. Bagi yang tidak suka memancing, carilah kegiatan lain yang disukai, carilah kegiatan lain yang disukai dan nikmatilah. Pada saat-saat seperti itu, kadang ide-ide kreatif justru akan muncul begitu saja secara tiba-tiba.

Setelah kreativitas muncul selanjutnya diharapkan dapat memiliki inovasi yang berdaya guna untuk perubahan baru yang lebih baik. Berikut adalah bagaimana kita dapat menjadi inovatif :

1. Kenali metoda-metoda inovasi
2. Kenali faktor-faktor yang menghambat daya inovasi
3. Kenali faktor-faktor positif yang mendukung pengembangan daya inovasi
4. Pelajari segala hal yang berkaitan dengan inovasi dan kreativitas
5. Berlatihlah dengan sungguh-sungguh untuk lebih kreatif dan inovatif.

Pentingnya Berpikir Kreatif dan Inovatif dalam Wirausaha.

Pada kondisi saat ini di era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*) di mana ketidakpastian dan kompetisi yang sangat ketat serta kondisi sulit pandemi saat ini, maka kita dituntut untuk mencari peluang yang lebih baik dengan daya kreasi dan inovasi yang baru. Hal ini diharapkan dapat menjadi jalan keluar atau solusi atas permasalahan dengan kondisi yang terjadi saat ini untuk

tujuan usaha yang lebih unggul dan kompetitif. Di sini berarti kreatif dan inovatif merupakan hal penting dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif sebuah usaha khususnya bagi pelaku wirausaha yang berjiwa *entrepreneur*. Entrepreneur merupakan seseorang yang terus berusaha untuk dapat mengoptimalkan potensi yang dimilikinya dalam membangun sebuah usaha. Konsep berpikir kreatif dan inovatif dalam upaya membangun jiwa entrepreneur merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan untuk diimplementasikan dalam sebuah produk atau jasa yang dihasilkan.

Menurut Subanar (2001), salah satu ciri *entrepreneur* atau pelaku wirausaha adalah kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Kewirausahaan merupakan pengetahuan yang sangat tergantung pada sebuah kreativitas. Dengan memiliki jiwa kreativitas dan inovasi maka seseorang dapat lebih mudah untuk berwirausaha. Seseorang yang bergerak dalam bidang entrepreneurship harus menjadi orang yang kreatif dan inovatif. Hal ini dikarenakan bahwa seorang entrepreneur atau seorang pelaku wirausaha itu tidak lain adalah seorang yang dapat dan mampu menerapkan atau mengimplementasikan kreativitas untuk dapat dijadikan sebagai sebuah inovasi. Mengapa seorang entrepreneur atau pelaku wirausaha harus memiliki jiwa kreatif dan inovatif? Hal ini dapat dijawab dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Permintaan pasar (konsumen)
Seperti biasa konsumen atau pasar akan menuntut sebuah produk atau jasa yang paling baik, paling murah dan paling terjamin.
2. Pesaing (competitor)
Para pesaing juga memiliki strategi untuk mengeluarkan produk atau jasa unggulan dengan berbagai keunikan atau kelebihan.
3. Tuntutan zaman
Adanya penemuan-penemuan baru dan penyesuaian terhadap teknologi baru, mau tidak mau harus diikuti.

Dengan demikian kita dituntut untuk mengikuti perubahan terus-menerus ke arah yang lebih baik dan tak kenal henti. Untuk itu maka diperlukanlah tenaga-tenaga profesional yang mampu memahami kehendak pasar yakni tenaga innovator yang andal dan unggul.

Seorang pelaku wirausaha yang memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif harus didukung oleh banyaknya informasi yang masuk pada diri seorang entrepreneur tersebut. Informasi yang masuk harus dipastikan valid, akurat, terkini dan memadai. Sehingga untuk mendapatkan suatu ide baru atau gagasan baru dapat sesuai yang diharapkan dengan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan beberapa ringkasan sebagai berikut.

- a. Pengembangan sumber daya manusia memiliki tujuan untuk memperbaiki unjuk kerja (performance) pegawai, mengembangkan kecakapan dan keterampilannya sesuai dengan tuntutan pekerjaan dan meningkatkan karier atau promosi sehingga dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan bidang usaha.
- b. Kreatif adalah proses untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan diperoleh melalui imajinasi.
- c. inovatif adalah menemukan dan melakukan sesuatu ide, gagasan, metode atau alat baru yang berdaya guna dan bermanfaat bagi orang banyak.
- d. Keterkaitan kreatif dan inovatif adalah sama-sama sebagai merupakan proses menciptakan ide atau gagasan untuk menghasilkan sesuai yang baru dan dapat terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan zaman. Perbedaan mendasar adalah pada dasarnya sikap yang inovatif sudah pasti kreatif sementara sikap yang kreatif belum tentu inovatif
- e. Kreatif dan inovatif merupakan hal penting dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif sebuah usaha khususnya bagi pelaku wirausaha yang berjiwa entrepreneur.

DAFTAR PUSTAKA

- Hu, W, M. 2010. SMES and Economic Growth: En- trepreneurship or Employment. *ICIC Express Letters. Vol. 4, No. 6, December.*
- Griffin, W, Ricky dan Ronald J Ebert. (2002). Management, Erlangga, Jakarta
- Jumari. (2017). Berpikir Kreatif dan Inovatif dalam Membangun Jiwa Enterpreneur. Jurnal Istithmar. Vol. 1 No. 1 Januari 2017.
- Munandar, U.(2004), Pengembangan Emosi dan Kreativitas, Jakarta: Rineka Cipta.
- Siagian, S. P. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara.
- Subanar, H. (2001) Manajemen Usaha Kecil Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. (2010). Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Jakarta: Kencana.
- Widiastuti, CT., Widyaswati, R., Meiriyanti, R. 2019. Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Kreatif dan Inovatif pada UKM Batik Semarang (Studi di Kampung Batik Semarang). Jurnal Riptek. Vol. 13 (2) 124-130.
- Wijatno, S. (2009). Pengantar Entrepreneurship. Jakarta: Grasindo.
- Wiyono, H. D, Ardiansyah, T, & Rasul, T (2020), Kreativitas dan Inovasi Dalam Berwirausaha. Jurnal Usaha Vol. 1, No. 2, Desember 2020.
- Wayne, M.R and Noe, R. M (2000), Human Resources Management, Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Zimmerer & Thomas, W. (2008). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. Pearson Education International,