

Kreativitas Pengusaha di Komunitas *Startup* Surabaya

Muhammad Galih Himawan¹, Niken Titi Pratitis²

¹Magister Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

²Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: galih_s2@untag-sby.ac.id¹, nikenpratitis@untag-sby.ac.id²

Abstrak

Revolusi industri 4.0 mendorong terjadinya disrupsi dalam berbagai bidang yang menghasilkan tantangan dan peluang. Disinilah dibutuhkan cara kerja yang lebih efisien dan produktif melalui upaya-upaya inovasi, kreativitas, serta *entrepreneurship*. Termasuk perubahan teknologi digital yang mendorong pengusaha-pengusaha *startup* dituntut mengembangkan *fluency*, *flexibility*, *elaboration* dan *originality* berfikir untuk menjawab dan menemukan solusi permasalahan yang dihadapi. Disinilah kreativitas berperan dan menjadi aset penting bagi pengusaha *startup* yang ingin memenangkan persaingan melalui upaya-upaya memunculkan ide-ide baru inovasi baru. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali informasi aspek-aspek kreativitas yang berperan pada *entrepreneur* di komunitas *startup* kota Surabaya. Metode pengambilan data penelitian menggunakan wawancara semi terstruktur dengan pedoman wawancara yang dibuat peneliti dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menginformasikan bahwa pengusaha *startup* di Surabaya termasuk cepat tanggap (*fluency of thinking*) dengan persoalan yang dihadapi dalam menentukan ide dan solusi sehingga ancaman bisnis yang dihadapi dapat segera diatasi. Hasil penelitian juga menginformasikan bahwa pengusaha *startup* di Surabaya yang bernaung dalam anggota komunitas menunjukkan keluwesan dalam berfikir dan mampu menemukan variasi ide-ide baru dan inovasi yang cukup kaya. Oleh karenanya, walaupun persaingan bisnis *startup* begitu ketat, pengusaha masih berani bersaing serta menonjolkan ciri khas bisnisnya masing-masing.

Keyword : Kreativitas, Pengusaha *Startup*, Teknologi Digital

Employee Creativity In Surabaya Startup Community

Abstract

The industrial revolution 4.0 pushed for disruption in various fields that produced challenges and opportunities. This is where a more efficient and productive way of working is needed through efforts at innovation, creativity, and entrepreneurship. Including changes in digital technology that encourage startup entrepreneurs are required to develop fluency, flexibility, elaboration and originality of thinking to answer and find solutions to the questions asked. This is where creativity plays a

role and becomes an important asset for startup entrepreneurs who want to win the competition through efforts to bring up new ideas or new innovations. The purpose of this study is to explore information on aspects of creativity that play a role in entrepreneurs in the startup community of the city of Surabaya. The purpose of this study is to explore information on aspects of creativity that play a role in entrepreneurs in the startup community of the city of Surabaya. The research data collection method uses semi-structured interviews with interview guidelines made by researchers using a phenomenological approach. The results of the study inform that startup entrepreneurs in Surabaya are responsive (fluency of thinking) to the problems faced in determining ideas and solutions so that the business threats they face can be immediately addressed. The results also inform that startup entrepreneurs in Surabaya who are members of the community show flexibility in thinking and able to find variations of new ideas and innovations that are quite rich. Therefore, even though startup business competition is so fierce, entrepreneurs still dare to compete and highlight the characteristics of their respective businesses.

Keyword : Creativity, Startup Entrepreneurs, Digital Technology

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 mendorong terjadinya disrupsi dalam berbagai bidang yang memberikan tantangan apabila tidak siap menghadapi perubahan tersebut dan sebaliknya akan menjadi peluang apabila dapat memanfaatkan dengan baik. Saat ini kita mengalami dua disrupsi yang luar biasa yaitu di bidang teknologi karena revolusi industri 4.0 dan pada gaya hidup karena adanya perubahan generasi yang menyebabkan juga perubahan gaya hidup, pernyataan ini sama halnya yang dijelaskan oleh Gunawan (2019) dalam bukunya bahwa saat ini kita berada di era atau zaman yang disebut disrupsi ditandai dengan penggunaan benda-benda nyata kedalam dunia maya, dengan bantuan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) seperti komputer, *handphone*, bahkan robot. Semua proses menggunakan digitalisasi ini merupakan hasil dari evolusi teknologi, yang didasari informasi dan komunikasi hampir dalam waktu sehari-hari pada akhirnya merubah tatanan kehidupan dan gaya hidup manusia.

Tren perkembangan sektor teknologi juga telah bergeser sehingga perusahaan teknologi digital menguasai ekosistem dan ekonomi dunia. Seperti contoh

perusahaan *General Electric* (GE) mulanya mampu menguasai dunia industri. Akan tetapi saat ini perusahaan berbasis teknologi digital seperti Google, Facebook, dan lainnya menjadi penguasa ekonomi dunia serta sebagai faktor penting untuk kesuksesan perusahaan-perusahaan lain. Bukan hanya itu saja sekarang sudah terjadi pergeseran terhadap nilai perusahaan. Jika dahulu nilai perusahaan ditentukan oleh aset fisik seperti tanah, bangunan dan lainnya. Akan tetapi sekarang datalah menjadi aset yang paling bernilai bagi perusahaan.

Revolusi ini memunculkan pekerjaan-pekerjaan baru namun juga mengilangkan jenis-jenis pekerjaan lama maka tidak heran banyak perusahaan yang banyak memangkas karyawannya dan bahkan banyak perusahaan yang gulung tikar akibat tidak siap menghadapi perubahan. Perusahaan beralih cara berbisnisnya menggunakan media *online* dan automasi seperti contoh perusahaan koran yang menyuguhkan berita dengan media cetak namun sekarang berita beralih ke media *online* karena dianggap lebih efisien dan banyak memangkas pengeluaran pada produksi kertas dan biaya percetakan begitu juga surat sebagai media komunikasi namun dengan internet kita dengan cepat bertukar informasi.

Banyak profesi yang hilang diikuti munculnya pemain independen kecil-kecil yang disebut juga dengan *entrepreneur*, dengan memanfaatkan teknologi informasi para *entrepreneur* mengembangkan bisnisnya. Perusahaan-perusahaan ini sebagian besar merupakan perusahaan yang baru didirikan dan berada dalam fase pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat hal ini dinamakan *startup*. Persainganpun semakin ketat dan permasalahan-permasalahan semakin kompleks dibutuhkan kemampuan dalam kelancaran, keluwesan, pengelaborasi dan keaslian berfikir. Untuk menjawab dan menemukan jalan keluar permasalahan-permasalahan yang dihadapi hal ini dinamakan kreativitas. Oleh sebab itu kreativitas dianggap menjadi aset penting bagi *entrepreneur startup* yang ingin memenangkan pasar di setiap masing-masing segmennya. *Entrepreneur* erat kaitannya dengan kreativitas, inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new dan different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Oleh

karena itu wirausaha erat hubungannya dengan kreativitas (Suryana, 2003:2) Berfikir kreatif menggabungkan berbagai elemen yang sudah ada menjadi sesuatu yang baru untuk memunculkan ide-ide baru atau inovasi baru.

Kreativitas sebagai proses kognitif saat orang bekerja dengan pengetahuan dalam generasi ide-ide (Suharnan, 2011; Sternberg, 1999; Weisberg, 1993) dan menciptakan atau menghasilkan produk atau sesuatu yang tidak hanya tinggi dalam kualitas, tetapi juga baru serta berguna (Stenberg, 1999; Evans, 1994; Baron dalam Amanah, 2007; Munandar, 1999; Craft, 2005; Winardi, 1991) atau memodifikasi sesuatu menjadi baru (Semiawan, 1990), dengan menggunakan imajinasi (Amarta, 2013; Buzan & Buzan, 2004; Eguiluz, Cavia, & Lavendero, 2003; Laurens, 2003; Drabkin, 1996; Ibrahim. 2012). Tidak jarang, kreativitas juga dinyatakan melibatkan unsur nilai atau kebutuhan pemikiran yang tepat untuk suatu situasi (Mohr dalam Weisberg, 1993) serta mengatur ulang pengetahuan yang sudah ada dalam pikiran dengan cara baru atau melakukan asosiasi (Mednick, 1962) atau sebagai kemampuan mengkombinasikan fakta-fakta yang diketahui dalam cara-cara baru atau menemukan hubungan baru antara fakta-fakta yang diketahui (Kaplan & Saccuzzo, 2012).

Berangkat dari fenomena di atas peneliti tertarik untuk meneliti kreativitas entrepreneur di komunitas startup Surabaya

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pengambilan datanya menggunakan wawancara semi terstruktur dengan pedoman wawancara yang sudah dibuat oleh peneliti. subjek penelitian kali ini merupakan pelaku bisnis *startup* anggota komunitas *startup* di kota Surabaya

KREATIVITAS

Beberapa ahli mendefinisikan kreativitas dari sudut pandang kepribadian. Kreativitas, sebagai suatu kemampuan mental individu dikatakan sebagai potensi dan proses kreatif (Solso, 1988; Evans, 1991; Sternberg, 1999) yang bertujuan untuk menghasilkan ide-ide atau produk yang relatif baru dan dalam beberapa hal menarik (Villalba, 2008). Keterlibatan proses berpikir inilah yang menyebabkan kreativitas sering juga disebut berpikir kreatif (*creative thinking*) (Suharnan, 2011). Kreativitas juga menjadi bagian penting dari modal manusia terkait dengan proses inovasi sebagai implementasi pikiran ke dalam bentuk produk, baik berupa benda, metode, proses, struktur, strategi maupun pelayanan (Ancok (2012). Implementasinya, kreativitas dan inovasi harus dilihat sebagai bagian integral dari pendekatan holistik untuk pendidikan dan dapat dibuat untuk membentuk bagian dari budaya organisasi pendidikan dan nilai-nilai bersama (Cachia, Ferrari, Mutka & Punie, 2010).

Berpikir kreatif dapat direpresentasikan dalam kemampuan berpikir *divergent* yang paling sedikit mencakup empat fungsi mental utama yaitu kelancaran, keluwesan, originalitas dan elaborasi (Guilford, 1984; Isaksen, et. Al dalam Grieshober, 2004). Keempat fungsi mental tersebut dapat terjadi dalam kondisi pikiran rileks yang memungkinkan individu melakukan perenungan-perenungan secara sadar dalam berpikir sehingga lahirnya gagasan kreatif (Ayan, 1997). Bahkan, seperti halnya memori, pemikiran kreatif sebenarnya juga didasarkan pada imajinasi dan asosiasi ide serta fleksibilitas (Buzan & Buzan, 2004), yang tujuannya adalah menghasilkan ide baru, melakukan inovasi untuk mengubah atau mempengaruhi masa depan dengan suatu cara (Goman dalam Amarta, 2013). Hal ini menjadikan imajinasi sebagai salah satu komponen penting dalam kreativitas (Amarta, 2013) selain fleksibilitas berpikir (Buzan, 2004).

Guilford (dalam Munandar, 2009) menyatakan bahwa aspek-aspek kreativitas meliputi *fluency* (kesigapan, kelancaran untuk menghasilkan banyak gagasan), fleksibilitas (kemampuan untuk menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan), orisinalitas (kemampuan untuk mencetuskan gagasan

yang asli), elaborasi (kemampuan untuk melakukan hal secara detail atau terperinci) dan *redefinition* (kemampuan untuk merumuskan batasan-batasan dengan melihat dari sudut yang lain dari pada cara-cara yang lazim).

HASIL

Dari hasil wawancara peneliti menemukan beberapa temuan bahwa subjek berpendapat terkait kreativitas adalah Suatu ekspresi tentang apa yang bisa diwujudkan berdasarkan pengetahuan dan informasi yang dimiliki oleh seseorang itu, berdasarkan pengetahuan itu apa yang dapat dikreasikan untuk diaplikasikan secara aktual di lapangan. Kreativitas dibutuhkan di era 4.0 akan tetapi kreativitas pada segi penggunaan IT yang paling berpengaruh dan bagaimana efisiensi suatu proses bisnis menjadi lebih simple. Hal yang perlu disiapkan sebelum membangun bisnis startup selain menentukan *value*, modal, proses bisnis dan segmennya yakni tantangan terkait kreativitas bagaimana mengaplikasikan *planing* yang direncanakan. Selain itu yang perlu diperhatikan dalam bisnis startup tentunya menawarkan kemudahan, dapat menjawab persoalan sehari-hari dan dapat memenuhi kebutuhan maupun keinginan calon konsumen.

Subjek mempunyai pendapat sendiri tentang bagaimana mengembangkan bisnis dengan cara "NEKAT" yang berarti "N" *Networking* "E" *Effort* "K" *Kreativity* "A" *Action* dan "T" *Target*, selain itu inovasi atau selalu membuat pembaruan-pembaruan dalam bisnis keluar dari zona nyaman dan berani mencoba hal-hal baru. Adapun banyak langkah untuk bersaing dengan kompetitor lain, subjek berpendapat bahwa menggunakan analisis SWOT kemudian juga dapat dari 4 penjurur bisnis dengan cara mengetahui siapa yang mendorong kita untuk berkembang dari samping kiri dan kanan siapa yang sebagai kompetitor dan arah kedepan tujuan atau visi misi apa yang harus dicapai. Selain itu ada hambatan-hambatan dalam bisnis *startup* seperti *goal setting* yang susah tercapai selanjutnya manajemen konflik internal maupun eksternal untuk mengatasinya subjek perlu membuat skala prioritas dalam bisnisnya sesuai dari mana datangnya hambatan tersebut.

Subjek menciptakan hal unik pada bisnis yang dibangun berbeda dengan kompetitor lainnya entah itu dari segi model bisnis atau dari desain prangkat digital tentunya dengan hal-hal baru. Untuk memunculkan ide atau inovasi subjek melakukan pemrosesan pengetahuan dengan banyak membaca buku, selalu haus akan berita atau informasi terbaru, melakukan pengalaman yang sebelumnya belum pernah dilakukan.

PEMBAHASAN

Pendapat subjek bahwa kreativitas berdasarkan pengetahuan atau data yang dapat dikreasikan untuk diaplikasikan secara aktual di lapangan hal ini sama dengan yang dijelaskan oleh (Stenberg, 1999; Evans, 1994; Baron dalam Amanah, 2007; Munandar, 1999; Craft, 2005; Winardi, 1991) dan menciptakan atau menghasilkan produk atau sesuatu yang tidak hanya tinggi dalam kualitas, tetapi juga baru serta berguna. Aspek *redefinition* subjek mampu melihat suatu batasan dari sudut pandang lain ditandai dengan subjek merumuskan sendiri dalam mengembangkan sebuah bisnis dengan "NEKAT" (Networking, Effort, Kreativity, Action & Target), selain itu subjek mampu berfikir dan melakukan sesuatu yang terperinci dan detail ditandai subjek mampu menentukan bagaimana kiat membangun, pengembangan dan menentukan solusi terhadap hambatan bisnis startup dinilai bahwa aspek *elaboration* subjek cukup tinggi sama halnya dengan aspek *Fluency* subjek sigap dan lancar dengan banyaknya gagasan, cara dan pendapat dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis startup yang ketat. Fleksibilitas atau keluwesan dalam subjek memandang berbagai persoalan dari sudut pandang dan solusi yang ditawarkan tentu berbeda walaupun beberapa gagasan atau solusi yang ditawarkan belum bisa menjawab persoalan yang datang namun hal ini menunjukkan subjek tidak berfikir secara monoton atau kaku selain itu Orisinalitas subjek dalam bisnis *startup* memunculkan sesuatu yang unik sebagai pembeda dari pesaing lainnya tentunya dengan hal-hal baru dan murni dari hasil pemikiran subjek sendiri, inovasi terus dilakukan oleh subjek untuk menjawab perubahan-perubahan di masa depan.

KESIMPULAN

Bahwa *entrepreneur* di komunitas *startup* Surabaya ini menggunakan seluruh kreativitas dalam mengembangkan bisnisnya, kelancaran untuk menghasilkan banyak gagasan untuk adanya persiapan dalam hambatan di masa mendatang dan dipandang dengan sudut pandang yang bereda-beda tidak kaku dalam menentukan solusi atau pendapatnya. Berfikir dan melakukan secara detail atau rinci harapannya untuk mendapat hasil yang maksimal, dalam memandang atau berpendapat sebuah bisnis *startup* seorang *entrepreneur* mempunyai batasan-batasan sendiri yang lain dari kompetitornya selain itu *entrepreneur* selalu berupaya memunculkan inovasi atau hal-hal baru yang tentunya hal tersebut belum ada sebelumnya atau memodifikasi dari ciptaan sebelumnya.

Entrepreneur di komunitas *startup* surabaya berfikir secara kreatif namun terkadang dalam pengaplikasiannya belum berhasil mewujudkan gagasan atau pendapat-pendapat atau hal baru inovasi yang sudah difikirkan dan dirumuskan oleh *entrepreneur* di komunitas *startup* Surabaya ini.

SARAN

Pemerintah juga penting untuk adanya evolusi pada sistem pendidikan hal ini untuk menghasilkan sumber daya manusia yang unggul dan berkualitas. Yakni sistem pendidikan lebih menekankan pada aspek kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan. Saran tersebut diharapkan mampu untuk menghadapi tantangan perubahan zaman ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D. (2012). *Psikologi kepemimpinan dan inovasi*. Jakarta: Erlangga.
- Arini T. Soemohadiwidjojo. 2018. *SOP dan KPI untuk UMKM & STARTUP*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Al Farisi, R. (2013). *Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Pengusaha Terhadap Keberhasilan Usaha*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

- Baron, F. & Harrington, D.M. (1981). Creativity, intelligence and personality. *Annual Review of Psychology*, 32, 439-476.
- Cachia, R., Ferrari, A., Mutka, K. A., & Punie, Y.(2010). *Creative Learning and Innovative Teaching Final Report on the Study on Creativity and Innovation in Education in the EU Member States*. JRC 62370. EUR 24675 EN. ISBN 978-92-79-18974-6. ISSN 1018-5593. doi : 10.2791 / 52913. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Diunduh 10 september 2019 dari <http://is.jrc.ec.europa.eu/pages/EAP/documents/Dingli.pdf>,
- Campbell, D, "Mengembangkan Kreativitas". Kanisius, Jakarta, 1986.
- Glover, J. dan Burning, R.H, "Educational Psychology : Principles and application 3rd edition". Harper Collins Publishers, New York. 1990.
- Guilford. J.P. (1975). Creativity : A Quarter Century of Progress. In Taylor, I.A. dan Getzcls, J. W. (cd). *Persprctives in Creativity*. Chicago: Aldine.
- Gunawan Cihuy. 2019. *Mencari Peluang di REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Untuk Melalui Era Disrupsi 4.0*. Queency Publisher.
- Kaplan, R.M., & Saccuzzo, D.P. (2012). *Pengukuran Psikologi, Prinsip, Penerapan dan Isu*. (7th Ed). Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Mednick, S.A. (1962). The Associative Basis of The Creative Process. *Psychological Review*, 69, 201-232.
- Munandar, S. C. U. (1999a). *Kreativitas dan Keberbakatan. Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif dan Bakat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Munandar. 1995. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Semiawan, C., dkk. (2010). *Kreativitas Keberbakatan: Mengapa, Apa dan Bagaimana*. Jakarta: Indeks.
- Suharnan. (2011, 2012). *Kreativitas (Teori dan Pengembangan)*. Surabaya: Penerbit Laras.
- Stenberg, R.J. (1999). The Role of Creativity in The Dialectical Evolution of Ideas. *Buletin of Psychology & Arts*. Sample Issue : Evolution, Creativity and Aesthetic.
- Sternberg J.R. (1999). *Handbook of Creativity*. USA: Cambridge University Press.
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menunju Sukses*, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat.

- Solso. R.L. (1988). *Cognitive Psychology*. (2nd Ed). Boston : Allyn and Bacon, Inc
- Villalba, E. (2008). On Creativity : Towards an Understanding of Creativity and its Measurements. *JRC Scientific and Technical Reports*. European Commission.
- West, M. 2000. "Mengembangkan Kreativitas dalam Organisasi". Kanisius, Jakarta.