

BERPIKIR KREATIF DAN INOVATIF DALAM MEMBANGUN JIWA *ENTREPRENEUR*

Jumari*

ABSTRACT

This article examines the creative and innovative thinking in building the entrepreneurial spirit. With the creative and innovative thinking are the human thought process undertaken to develop themselves, especially in building the entrepreneurial spirit. The figure of the entrepreneur as the ideals of human independence in trying to provide support in realizing the nation's progress. Evidence that the entrepreneur is able to realize the nation's progress is the existence in the face of obstacles and challenges as well as creative and innovative thinking so that the obstacles and challenges are not an obstacle to success, but rather as an opportunity. Creative and innovative thinking to try to reverse the mindset that tends to be negative into a positive. The assumption that appear in the form of strong beliefs to himself by maximizing the grace to think the Lord gave humans.

Keyword: *Berpikir, Kreatif, Inovatif, Entrepreneur.*

A. PENDAHULUAN

Setiap manusia oleh Tuhan telah dianugerahi akal untuk berpikir. Menurut Hidayat (2000: 210-211) definisi anugerah ini merupakan kemampuan manusia untuk melakukan proses berpikir yang kreatif, sehingga pada tataran pemikiran, ia memiliki wilayah kebebasan yang besar untuk memilih. Kemampuan berpikir yang dimiliki manusia tidak lahir begitu saja tanpa suatu proses dari dirinya, melainkan kemampuan ini terproses secara bertahap sesuai dengan perkembangan diri manusia tersebut. Kemampuan berpikir manusia dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor pendidikan (*education*), usia (*age*), pengalaman (*experience*), lingkungan (*environment/milieu*), dan lain sebagainya. Proses yang dialami setiap manusia berbeda satu dengan yang lain, sehingga menuntutnya untuk melakukan proses berpikir kreatif dalam mengarungi kehidupan. Menurut Dreve (dalam Wagito, 1997) berpikir adalah ide-ide dengan cara yang tepat dan seksama, yang dimulai dengan adanya masalah. Dalam mengarungi kehidupan, manusia berproses menghadapi berbagai persoalan atau permasalahan yang

memerlukan proses berpikir kreatif dan inovatif dalam penyelesaiannya.

Entrepreneur, menurut Zimmerer *et.al* (dalam Wijanto, 2009: 4) adalah seseorang yang menciptakan usaha baru dengan menghadapi ketidakpastian dan risiko dengan maksud untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan usaha melalui pengidentifikasian peluang yang signifikan dan penggunaan sumber daya yang diperlukan. Ini menunjukkan bahwa seorang *entrepreneur* dalam menghadapi ketidakpastian dan resiko dalam berusaha memerlukan proses berpikir kreatif dan inovatif, agar usaha yang akan dijalankan maupun yang sudah berjalan tetap memperoleh keuntungan dan tetap eksis dalam menghadapi berbagai kompetitor yang ada. *Entrepreneur* dalam pandangan Zimmerer merupakan satu kelompok orang yang mengagumkan, manusia kreatif dan inovatif. Mereka merupakan bahan bakar pertumbuhan ekonomi masyarakat, karena ia memiliki kemampuan berpikir dan bertindak produktif (Alma, 2003). Untuk itu, menjadi harapan besar kepada setiap orang dalam menanamkan jiwa-jiwa *entrepreneur* pada dirinya. Berbagai upaya dilakukan untuk membangun jiwa *entrepreneur* pada setiap orang, diantara upaya yang dilakukan adalah dengan berpikir kreatif dan inovatif. Jika setiap

*Dosen Fakultas Tarbiyah Univesitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang. e-mail: kangjumariku@gmail.com .

individu negara kita memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif, maka persoalan pengangguran, perekonomian, sosial dan lain sebagainya dapat diminimalisir. Karena kemampuan berpikir kreatif dan inovatif yang dimiliki terus didorong untuk melakukan hal-hal yang positif dan bernilai produktif. Bukan justru sebaliknya, kreatifitas dan inovasinya menghasilkan sesuatu yang negatif dan berdampak tidak baik bagi bangsa.

B. PEMBAHASAN

1. Konsep Berpikir Kreatif dan Inovatif

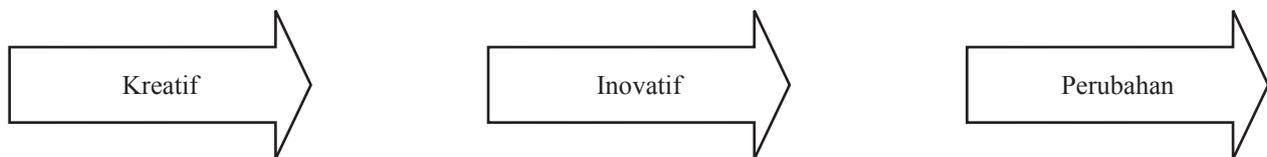
Berpikir telah banyak dikenal dalam berbagai kajian, terutama apabila dikaitkan dengan pendidikan. Dalam kajian ke-Islaman telaah tentang berpikir sudah banyak dikupas. Di dalam Al-Qur'an sendiri sering menekankan kepada umat Islam untuk melakukan proses berpikir. Menurut Al Baqiy (1992) hal itu terbukti dengan berbagai term, seperti: *fakara* yang dalam berbagai bentuk terulang delapan belas kali. *Ta'qiluuna* dalam berbagai bentuknya terulang empat puluh sembilan kali. *Ulul Albab* dalam berbagai bentuknya terulang enam belas kali. *Nazhara* dalam berbagai bentuknya terulang seratus dua puluh sembilan kali. *Ahlam* dalam berbagai bentuknya terulang dua kali. Dari sekian banyak term yang terdapat dalam Al-Qur'an tentang berpikir, menurut Al-Ashfahanny hanya term *fakara* yang lebih cocok, karena bermakna daya atau kemampuan untuk memperoleh ilmu pengetahuan guna diketahui dan ini berada pada diri manusia, bukan pada hewan. Karena berpikir itu tidak terjadi pada hewan, ini menunjukkan bahwa manusia memiliki potensi yang harus dikembangkan secara optimal untuk kemaslahatannya. Kemampuan berpikir ini sebagai pembeda antara hewan dengan manusia. Dengan berpikir manusia mampu menciptakan apa saja, tentunya sesuatu yang bermanfaat bagi manusia. Meski pada realitasnya kemampuan berpikir yang dimiliki manusia mampu menciptakan sesuatu yang kadang justru menimbulkan dampak negatif bagi kehidupan.

Kreatif berasal berasal dari Bahasa Inggris, *to create* yang diartikan membuat atau memproduksi, menyebabkan hal baru itu ada, memproduksi hal baru yang menggunakan kemampuan bakat dan imajinasi. Secara sederhana dapat kita pahami bahwa kreatif merupakan proses untuk memproduksi atau menghasilkan sesuatu yang baru dan didapat melalui imajinasi. Dalam bentuk kata sifat, kreatif (*creative*) diartikan 1) *having or showing an ability to make new things or think of new ideas* (memiliki atau menampilkan kemampuan untuk membuat hal-hal baru atau memikirkan ide-ide baru), 2) *using the ability to make or think of new things : involving the process by which new ideas, stories, etc.* (menggunakan kemampuan untuk membuat atau memikirkan hal-hal baru: melibatkan proses dimana ide-ide baru, cerita, dll), 3) *done in an unusual and often dishonest way* (dilakukan dengan cara yang tidak biasa dan sering tidak jujur). Menurut Zimmerer, Scarborough, & Wilson (dalam Wijatno, 2009: 42) kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru untuk melihat masalah dan kesempatan. Dari berbagai pemahaman sebagaimana tersebut di atas dapat diartikan bahwa kreatif merupakan usaha dalam melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa ide maupun karya dengan mengerahkan berbagai kemampuan yang dimilikinya.

Pemahaman tentang kreatif, biasanya dikaitkan dengan inovatif. Istilah inovatif ini berasal dari Bahasa Inggris, *to innovate* yang artinya *to introduce as or as if new* (memperkenalkan sebagai atau seolah-olah baru), *to make changes: do something in a new way* (untuk membuat perubahan: melakukan sesuatu dengan cara yang baru). Inovatif yang sering disebut inovasi adalah suatu proses yang mengubah ide baru atau aplikasi baru menjadi produk yang berguna. Menurut Ar Dwi (2013) inovasi juga diartikan sebagai proses mengubah peluang menjadi gagasan atau ide-ide yang rumit bahkan inovasi berasal dari ide-ide yang sepele dan sejenis saja, asal merupakan yang baru dan baik dari yang telah ada. Dengan

demikian, inovatif adalah proses mengubah dari sesuatu yang sebelumnya sudah ada dan dikembangkan menjadi sesuatu yang baru, tetapi pada dasarnya masih sama, sehingga tampak baru.

Dari keterangan sebagaimana tersebut di atas dapat kita pahami bahwa, berpikir kreatif dan inovatif merupakan proses menuangkan ide atau gagasan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan terus dikembangkan mengikuti perkembangan agar selalu tampak baru, sehingga tidak mengalami ketertinggalan. Apabila digambarkan sebagai berikut:



Kemampuan berpikir kreatif yang masih dalam bentuk ide dituangkan untuk memunculkan sesuatu yang inovatif berupa inovasi, dimana inovasi tersebut melahirkan suatu perubahan. Berdasarkan pendapat Suryana (2010: 201) hal itu karena inovasi merupakan kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki.

a. Cara Berpikir Kreatif dan Inovatif

Setelah kita memahami konsep berpikir kreatif dan inovatif sebagaimana tersebut di atas. Kita perlu mengetahui cara berpikir kreatif dan inovatif, agar mampu mengoptimalkan kemampuan berpikir yang dimiliki untuk berpikir kreatif dan inovatif. Dalam proses berpikir, setiap manusia memanfaatkan otaknya, baik otak kanan maupun otak kiri. Otak kiri sering digunakan untuk berpikir secara analitis, sistematis dan logikal. Menurut Winardi (2008: 199) pada umumnya berpikir secara analitis bersifat konvergen (searah menuju ke sebuah titik). Sebaliknya, otak kanan sering digunakan untuk berpikir secara imajinatif dan kreatif, bersifat divergen (berlawanan arah, bertolak dari sebuah titik) yang kemudian menyebar ke berbagai jurusan. Seseorang yang berkeinginan menjadi

entrepreneur, bukan saja mengandalkan diri pada otak kiri, tetapi juga otak bagian kanan harus dimanfaatkan secara penuh. Tentunya dalam hal menciptakan ide-ide baru, mewujudkan produk-produk baru, metode kerja baru, daerah penjualan baru, servis (pelayanan) baru. Berpikir kreatif dan inovatif apabila kita cermati merupakan keseimbangan pemanfaatan otak kiri yang logis, analitis, dan sistematis dengan otak kanan yang imajinatif dan kreatif. Meskipun dalam keseharian kebanyakan manusia dominan memanfaatkan otak kiri daripada otak kanan dan mereka yang

kreatif berusaha mengoptimalkan otak kanan daripada otak kirinya.

Cara berpikir kreatif dan inovatif dapat diawali dengan mengajukan pertanyaan, apakah ada cara lain yang lebih baik? Dari pertanyaan yang muncul kemudian dikaji lebih jauh kebiasaan, rutinitas, dan tradisi yang ada. Selanjutnya dilakukan refleksi, perenungan, berpikir lebih dalam dan mencoba melihat sesuatu dari perspektif yang lain. Sehingga dapat ditemukan berbagai jawaban yang benar dan lebih rileks agar solusi dari permasalahan lebih inovatif. Dan terakhir, mengangkat persoalan sebagai isu strategis yang dapat ditinjau dengan sudut pandang yang lebih luas, untuk kemudian difokuskan lagi agar memperoleh ide baru yang membentuk suatu perubahan (Alma, 2013: 73).

Menurut Zimmerer, *et.al* (dalam Wijatno, 2009: 50) ada beberapa kegiatan untuk membentuk dan mengembangkan kreativitas, antara lain:

- 1) Menjadikan kreativitas sebagai nilai utama
- 2) Merangkul perbedaan
- 3) Mengharapkan kreativitas
- 4) Memberikan toleransi dan bersabar dalam menghadapi kegagalan
- 5) Mendukung keingintahuan yang ada dalam setiap diri orang

- 6) Melakukan perubahan secara periodik
- 7) Melihat masalah sebagai tantangan
- 8) Memberikan pelatihan untuk berkreativitas
- 9) Memberikan dukungan dalam bentuk alat, sumber daya, serta waktu untuk mengembangkan kreativitas
- 10) Mengembangkan prosedur untuk menerima ide-ide kreatif
- 11) Meminta umpan balik dari konsumen atau orang lain
- 12) Menempatkan karya, produk atau jasa pada pasar yang berbeda
- 13) Memberikan penghargaan atas kreativitas yang muncul
- 14) Memberikan contoh bertindak kreatif.

Dari ungkapan Zimmerer di atas, apabila diaplikasikan dalam perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat dipastikan semakin berkembang, karena karyawan dituntut untuk mampu mengembangkan kreativitas dan inovasi yang dimilikinya.

Kita sebagai individu pun memerlukan suatu cara agar memiliki kreativitas dan mampu meningkatkan kreativitas yang dimiliki. Menurut Wijatno (2009: 51-53) cara untuk melakukan itu, antara lain:

- 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;
- 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 menampung semua pikiran dan ide. Jangan membuang sia-sia semua pikiran dan ide-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. Sebagai contoh maraknya bisnis *laundry* kiloan yang berkembang saat ini didasarkan pada kebutuhan para mahasiswa maupun karyawan dalam menghemat waktu mereka untuk mencuci pakaian.
- 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. Contoh berkembangnya berbagai produk makanan, minuman, dan

mainan anak didasarkan atas kebutuhan anak terhadap berbagai hal yang baru, tidak membosankan, dan menimbulkan sensasi yang berbeda.

- 9) Letakkan tempat mainan di kantor kita. Seperti McGyver (tokoh film televisi era 1990-an) yang mampu melakukan berbagai hal dari peralatan yang ada di sekitarnya, kita pun sebenarnya dapat menemukan ide-ide kreatif dari berbagai barang kecil dan mainan yang kadang kita anggap tidak berguna.
- 10) Baca buku-buku yang membangkitkan kreativitas atau ikutlah pelatihan kreativitas. Berpikir kreatif adalah salah satu teknik yang dapat dipelajari dan dikembangkan. Seseorang yang kreatif akan banyak menemukan ide baru yang berbeda hanya dengan melihat sekilas dari buku atau mendengarkan penjelasan dari instruktur pelatihan.
- 11) Santailah sejenak. Kesibukan yang sama sekali seringkali membuat diri kita terjebak dalam rutinitas sehingga pemikiran kita tidak berkembang. Santailah sejenak dan nikmati apa yang ada di sekitar kita. Salah seorang ahli kreativitas mengatakan bahwa memancing adalah kegiatan yang baik untuk membangkitkan kreativitas. Saat memancing, pikiran kita selalu waspada terhadap ikan-ikan di sekitar kita, tetapi pada saat yang sama pikiran kita juga benar-benar rileks. Bagi yang tidak suka memancing, carilah kegiatan lain yang anda sukai, dan nikmatilah. Pada saat-saat seperti itu, kadang ide-ide kreatif justru akan muncul begitu saja secara tiba-tiba.

b. Pentingnya Berpikir Kreatif dan Inovatif

Pada era saat ini, dimana kita diharapkan untuk mampu berkompetisi dengan siapapun, kapanpun dan dimanapun. Untuk itu, berpikir kreatif dan inovatif menjadi suatu keharusan, karena hanya dengan berpikir kreatif dan inovatif kita akan tetap *exist* dan *survive*, terutama dalam menghadapi tantangan global. Pengembangan berbagai solusi atas

permasalahan yang muncul merupakan sumber penting untuk membangun keunggulan kompetitif. Ini artinya, kreatif dan inovatif merupakan bagian penting dalam melahirkan dan menciptakan nilai tambah dan keunggulan (*thinking new thing and doing new thing or create the new and different*) (Suryana, 2010: 190-191).

2. Sosok *Entrepreneur*

a. Konsep *Entrepreneur*

Kata *entrepreneur* (Wijatno, 2009: 2) berasal dari bahasa Prancis, *entre* berarti antara, dan *prendre* berarti mengambil. Kata ini pada dasarnya untuk menggambarkan orang-orang yang berani mengambil resiko dan memulai sesuatu yang baru. *Entrepreneur* dalam bahasa kita bisa dikatakan sebagai wirausaha. Pada masyarakat jamak dikatakan, bahwa wirausaha sama dengan wiraswasta. Sebenarnya dua kata tersebut memiliki makna hampir sama, karena keduanya adalah bentuk kemandirian.

Secara etimologi, wirausaha berasal dari bahasa Sanksekerta, yaitu *wira* dan *usaha*. *Wira* berarti manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan atau pendekar kemajuan, dan memiliki keagungan watak. *Usaha* berarti upaya yang dilakukan untuk mendapatkan manfaat atau keuntungan. Sementara itu, kata wiraswasta juga berasal dari bahasa Sanksekerta, terdiri dari kata *wira*, *swa*, dan *sta*. *Wira* berarti manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan atau pendekar kemajuan, dan memiliki keagungan watak. *Swa* berarti sendiri dan *sta* berarti berdiri. Kata wirausaha dan wiraswasta (Sudjatmoko, 2009: 1) erat kaitannya dengan kata saudagar yang memiliki arti etimologis, yaitu *sau* dan *dagar*. *Sau* berarti seribu dan *dagar* berarti akal. Apapun istilah dari kata wirausaha, wiraswasta, dan saudagar, ketiganya memiliki kemiripan, yaitu memiliki sisi yang mengandung sikap mental yang lebih dominan dibandingkan dengan makna yang lain.

Selain konsep etimologis sebagaimana tersebut di atas, beberapa pakar (Sudjatmoko,

2009: 2-3) memaknai wirausaha dan wiraswasta sebagaimana berikut:

- 1) Soesarsono Wijadi: wiraswasta bukanlah teladan dalam usaha partikelir (swasta), tetapi sifat-sifat keberanian, keutamaan, keteladanan, dan semangat yang bersumber dari kekuatan sendiri, serta dari seorang pendekar kemajuan, baik dalam kekaryaan pemerintahan maupun dalam kegiatan lain di luar pemerintahan;
- 2) Joseph Schumpeter: *entrepreneur as the person who destroys the existing economic order by introducing new raw materials* (wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa baru, menciptakan bentuk organisasi baru, atau mengolah bahan baku baru);
- 3) Zimmerer and Scarborough: *an entrepreneur is one who creates a new business in the face of risk and uncertainty for the purpose of achieving profit and growth by identifying significant opportunities and assembling the necessary resources to capitalize on them* (wirausaha merupakan keahlian seseorang dalam menghadapi resiko pada masa mendatang dan tumbuh untuk mendapatkan profit dengan menggunakan seluruh sumber daya yang dimiliki, sehingga mengalami peningkatan terhadap usaha tersebut);
- 4) Kao: enterpreneur memiliki 11 karakteristik, yaitu total komitmen, penentu dan melindungi, dorongan untuk mendapatkan dan bertumbuh, orientasi pada kesempatan dan tujuan, memiliki inisiatif dan tanggungjawab personal, pemecah persoalan secara terus-menerus, memiliki realisme dan dapat bercengkerama, selalu mencari dan menggunakan umpan balik, selalu berfokus pada internal, menghitung dan mencari resiko tersebut, kebutuhan yang kecil untuk status dan kekuasaan, serta memiliki integritas dan reabilitas;
- 5) Sukardi: terdapat sembilan karakteristik tingkah laku wirausaha, yaitu sifat instrumental, prestasi, keluwesan

bergaul, kerja keras, keyakinan diri, pengambil resiko, swakendali, inovasi dan kemandirian;

- 6) Geoffrey Merridith: para wirausaha adalah orang-orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil keuntungan darinya dan mengambil tindakan yang tepat untuk memastikan kesuksesan. Pada wirausaha adalah individu-individu yang berorientasi pada tindakan, bermotivasi tinggi, berani mengambil resiko (*take a risk*), dan mengelola resiko (*manage to risk*) dalam mengejar tujuannya.

Dari beberapa pemahaman yang disampaikan oleh para pakar di atas dapat kita pahami, bahwa wirausaha adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap orang, tetapi apakah kemampuan tersebut dimunculkan untuk lebih dominan agar dirinya menjadi lebih baik dan lebih maju, atautkah sebaliknya kemampuan yang dimiliki tersebut cenderung tenggelam dalam ketidakpercayaan dirinya, sehingga ia semakin mundur dan terbelakang. Karena indikator terwujudnya wirausaha adalah bentuk sikap mental yang dimiliki oleh setiap pribadi orang, baik yang diasah melalui pendidikan maupun berproses dengan sendirinya. Ini pun perlu ditambah dengan *business knowledge, managerial skills, business opportunity*, dan lain-lain.

Ciputra (Wijatno, 2009: xix) dalam sebuah pengantarnya mengatakan:

Bagai saya tidak semua pengusaha maupun pebisnis dapat kita kategorikan sebagai seorang entrepreneur, meskipun kedua-duanya memiliki dan mengelola apa yang disebut dengan segala usaha yang berkaitan dengan bisnis. Dari pengalaman-pengalaman hidup saya lebih dari 50 tahun berada di dunia bisnis dapat saya kategorikan bahwa terdapat 3 ciri utama seorang yang dikatakan entrepreneur sejati. Untuk kategori pertama, seorang dapat dikatakan entrepreneur yakni memiliki eye sight masa depan yang tepat dan tajam di mana mereka mampu untuk melihat sebuah peluang bisnis yang mungkin saja dapat dilihat oleh orang lain. Ia dapat melihat sebuah

dreams or vision for future yang menakjubkan dan mengekspresikan dirinya sendiri. Kategori yang kedua, seorang dikatakan entrepreneur adalah seorang yang memiliki karakter motivator dan innovator, di mana ia dapat menciptakan dan menemukan metode untuk menggapai mimpi dan visi yang luar biasa itu. Sebagai sebuah pokok kesimpulan di sini yang saya maksud, seorang entrepreneur yang bermotivasi dan inovatif untuk mewujudkan cita-cita inovasinya. Kategori yang ketiga, seorang entrepreneur selalu siap dan bersedia taking any risks, baik secara fisik maupun mental. Di mana seorang entrepreneur sejati adalah seorang pemimpin, pendiri atau pelopor yang memiliki semangat, tidak mudah menyerah dalam menghadapi segala tantangan atau resiko yang telah diperhitungkan dan berpendirian yang teguh untuk selalu berani maju ke depan.

Dari pemahaman tersebut di atas, bahwa seorang pebisnis/pengusaha belum tentu dapat dikatakan sebagai *entrepreneur*, karena ia harus memiliki tiga kategori, yaitu 1) memiliki visi-misi untuk masa depan dengan terus melihat berbagai peluang; 2) memiliki karakter seorang motivator dan innovator, bermotivasi dan berinovasi; 3) bersedia mengambil berbagai resiko, baik fisik maupun mental.

Selain dari apa yang disampaikan oleh Ciputra, Schumpeter (1934) menyatakan bahwa *entrepreneur* adalah seseorang yang melaksanakan kombinasi-kombinasi baru. Menurut Schumpeter (1934: 57) *entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk melihat dan mengevaluasi peluang bisnis, memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk mengambil keunggulan darinya dan berinisiatif mengambil tindakan yang tepat untuk menjamin sukses. Zimmerer et.al. (2008: 35) menggambarkan *entrepreneur* sebagai seseorang yang menciptakan usaha baru dengan menghadapi ketidakpastian dan resiko dengan maksud untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan usaha melalui pengidentifikasian peluang yang signifikan dan penggunaan sumber daya yang diperlukan. Frederick et.al. (2006: 44) memandang *entrepreneur* sebagai agen perubahan yang melakukan pencarian secara sengaja, perencanaan yang hati-hati, dan pertimbangan yang seksama ketika melakukan

proses *entrepreneurial*. Dengan demikian, *entrepreneur* adalah seseorang yang berani mengambil resiko, mampu mencium adanya peluang bisnis, mampu mendayagunakan sumber daya secara efektif dan efisien untuk memperoleh profit.

b. Ciri-ciri *Entrepreneur*

Mc. Clelland dalam konsep Need for Achievement (N-Ach), bahwa virus kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin berbuat lebih baik dan terus maju, selalu berpikir untuk berbuat yang lebih baik, dan memiliki tujuan yang realistis dengan mengambil tindakan yang beresiko dan benar-benar telah diperhitungkan. Ini menunjukkan bahwa orang yang memiliki N-Ach tinggi biasanya lebih menyukai situasi kerja yang diketahui akan mengalami peningkatan kemajuan atau tidak, meskipun uang bukan menjadi tujuan utama. Menurut Suryana (2009: 40-41) adapun kategori orang yang memiliki N-Ach tinggi antara lain:

- 1) Lebih menyukai pekerjaan dengan resiko yang realistis.
- 2) Bekerja lebih giat, di mana dalam tugasnya memerlukan kemampuan mental.
- 3) Tidak bekerja giat karena adanya imbalance uang.
- 4) Ingin bekerja pada situasi yang dapat diperoleh pencapaian pribadi.
- 5) Menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi yang mampu memberikan umpan balik positif.
- 6) Cenderung berpikir masa depan serta memiliki pemikiran jangka panjang.

Totok S. Wiryasaputra (2004: 3-4) mengemukakan bahwa sosok *entrepreneur* dapat terbentuk dengan sepuluh karakter, antara lain:

- 1) *Visionary* (visioner), yaitu mampu melihat jauh ke depan, selalu melakukan yang terbaik pada masa kini, sambil membayangkan masa depan yang lebih baik. Seorang *entrepreneur* cenderung kreatif dan inovatif.
- 2) *Positive* (berpikir dan bersikap positif), yaitu seorang *entrepreneur* selalu berpikir

dan bersikap yang baik, tidak tergoda untuk memikirkan dan menyikapi hal-hal secara negatif, sehingga ia mampu mengubah tantangan menjadi peluang dan selalu berpikir dan bersikap akan sesuatu yang lebih besar.

- 3) *Confident* (percaya diri), yaitu sikap yang memandu seseorang dalam setiap mengambil keputusan dan langkah secara baik dan berani. Sikap ini selalu mengatakan “ya”, juga berani mengatakan “tidak” jika memang diperlukan.
- 4) *Genuine* (asli), yaitu seorang *entrepreneur* harus memiliki ide, pendapat dan mungkin model sendiri. Bukan berarti harus menciptakan sesuatu yang betul-betul baru, tetapi dapat juga dia menjual sebuah produk yang sama dengan yang lain, namun dia harus memberi nilai tambah atau kebaruan dari sisi yang lain.
- 5) *Goal Oriented* (berpusat pada tujuan), yaitu seorang *entrepreneur* selalu berorientasi pada tugas dan hasil. Ia ingin selalu berprestasi, berorientasi pada laba, tekun, tabah, bekerja keras, dan disiplin untuk mencapai sesuatu yang telah ditetapkan.
- 6) *Persistent* (tahan uji), yaitu *entrepreneur* harus terus maju, mempunyai tenaga, dan semangat yang tinggi, pantang menyerah, tidak mudah putus asa, dan kalau jatuh segera bangun kembali.
- 7) *Ready to Face a Risk* (siap menghadapi resiko), yaitu *entrepreneur* harus siap dan berani menghadapi segala bentuk risiko. Risiko yang paling berat adalah bisnis gagal dan uang habis. Ia harus bersiap diri untuk menghadapi berbagai risiko, seperti persaingan, harga turun-naik, kadang untung dan kadang rugi, barang tidak laku atau tidak ada order. Ia harus mampu menghadapi risiko dengan penuh keyakinan. Ia harus membuat perkiraan dan perencanaan yang matang, sehingga tantangan dan risiko dapat diminimalisir.
- 8) *Creative* (kreatif menangkap peluang), yaitu seorang *entrepreneur* harus mampu kreatif dalam menangkap segala bentuk

peluang. Karena peluang selalu ada dan lewat di depan kita. Sikap yang tajam tidak hanya mampu melihat peluang, tetapi juga mampu menciptakan peluang.

- 9) *Healthy Competitor* (menjadi pesaing yang baik), yaitu seorang *entrepreneur* harus berani memasuki dunia persaingan, karena dunia usaha adalah dunia yang penuh persaingan, bahkan dengan menggunakan trik-trik yang tidak menyehatkan atau tidak baik pun terjadi. Dari persaingan itu jangan membuat stres, tetapi harus dipandang dengan positif untuk membuat *entrepreneur* lebih maju, bersemangat, dan berpikir secara lebih baik. Dengan memandang secara positif akan membantu untuk bertahan dan unggul dalam persaingan.
- 10) *Democratic leader* (pemimpin yang demokratis), yaitu seorang *entrepreneur* memiliki kepemimpinan yang demokratis, mampu menjadi teladan dan inspirator bagi yang lain. Ia mampu membuat orang lain bahagia, tanpa kehilangan arah dan tujuan, serta mampu bersama orang lain tanpa kehilangan dirinya sendiri.

Pada sisi lain, Yuyun Wirasasmita (1999: 3) mengemukakan terdapat beberapa kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang *entrepreneur*, yaitu:

- 1) *Self knowledge*, yaitu memiliki pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukan atau ditekuninya.
- 2) *Imagination*, yaitu memiliki imajinasi, ide, dan perspektif serta tidak mengandalkan pada sukses masa lalu.
- 3) *Practical knowledge*, yaitu memiliki pengetahuan praktis, misalnya pengetahuan teknik, desain, prosesing, pembukaan, administrasi, dan pemasaran.
- 4) *Search skill*, yaitu kemampuan menemukan, berkreasi, dan berimajinasi.
- 5) *Forseight*, yaitu berpandangan jauh ke depan.
- 6) *Computation skill*, yaitu kemampuan berhitung dan memprediksi keadaan masa yang akan datang.

- 7) *Communication skill*, yaitu kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

Lain halnya dengan yang dikemukakan oleh Arman Hakim Nasution (2007: 80-81) bahwa seorang *entrepreneur* harus memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) *Achievement orientation*, yaitu kemampuan menetapkan sasaran kerja dan strategi pencapaiannya.
- 2) *Impact an influence*, yaitu kemampuan meyakinkan orang lain, baik secara lisan maupun tulisan.
- 3) *Analytical thinking*, yaitu kemampuan mengolah dan menginterpretasikan data atau informasi.
- 4) *Conceptual thinking*, yaitu kemampuan menarik kesimpulan atas informasi terhadap masalah.
- 5) *Initiative*, yaitu kemampuan menghadirkan diri sendiri dalam kegiatan organisasi.
- 6) *Self confidence*, yaitu kemampuan meyakinkan diri sendiri atas tekanan lingkungan.
- 7) *Interpersonal understanding*, yaitu kemampuan memahami sikap, minat, dan perilaku orang lain.
- 8) *Concern for order*, yaitu kemampuan menangkap dan mencari kejelasan informasi tugas.
- 9) *Information seeking*, yaitu kemampuan menggali informasi yang dibutuhkan.
- 10) *Team cooperation*, yaitu kemampuan bekerja sama dan berperan dalam kelompok.
- 11) *Expertise*, yaitu kemampuan menggunakan dan mengembangkan keahlian.
- 12) *Customer service orientation*, yaitu kemampuan menemukan dan memenuhi kebutuhan konsumen.
- 13) *Developing others*, yaitu kesediaan mengembangkan teman kerja secara sukarela.

Dari beberapa pendapat sebagaimana tersebut di atas, tentang karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang *entrepreneur* pada dasarnya ia harus berani menghadapi segala

bentuk tantangan, bersikap dan berpikir positif, berorientasi masa depan, kreatif dan inovatif, mampu menangkap dan menciptakan peluang baru, bekerja keras dan bekerja cerdas, mampu berkomunikasi dengan baik, serta banyak karakter lain yang akan ditemukan ketika seorang *entrepreneur* sudah melakukan proses bisnisnya.

c. Membangun Jiwa *Entrepreneur*

Sosok *entrepreneur* sebagaimana tersebut di atas menunjukkan bahwa untuk melahirkan *entrepreneur* membutuhkan proses yang cukup panjang dan tidak mudah, karena ia harus menghadapi berbagai tantangan, hambatan dan rintangan yang selalu menghadang. Untuk menjadi *entrepreneur* tidaklah cukup dengan membaca suatu teori, melainkan memanfaatkan berbagai teori yang diimplementasikan dalam realitas kehidupan. Ini mengandung maksud, bahwa *entrepreneur* harus *do* (mengerjakan, melakukan, melaksanakan).

Ide atau gagasan merupakan tahapan awal, karena tanpa memiliki ide atau gagasan berarti dia tidak memiliki *ilustrasi* terhadap apa yang dikerjakan. Ide atau gagasan yang muncul merupakan hasil dari kreativitas dan inovasi yang diperoleh setelah melakukan pemikiran maupun perenungan yang cukup panjang. Ada yang mengatakan ide atau gagasan itu mahal. Karena dengan ide yang dimiliki berarti dia memiliki kreativitas dan inovasi yang perlu dipraktikkan.

Sekolah Bisnis Umar Usman dalam sebuah laman webnya dituliskan, bahwa untuk membangun jiwa *entrepreneur* memerlukan tips. Menurut Asep Chenko adapun tips yang diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Sugesti diri pribadi

Berkatalah selalu “ Aku bisa... Aku bisa..!!” sekuat dan sekencang mungkin, apalagi ketika kita berada pada kondisi ketakutan dan ketidakmampuan. Sugesti ini akan menimbulkan energi positif dalam pribadi dan membuat kita menjadi berpikir positif dan berani menghadapi tantangan. Akan lebih baik lagi jika teriakan ini diikuti oleh gesture tubuh yang menunjang. Seperti, dada dibusungkan,

kaki berdiri lurus, tangan mengepal ke udara, dan segala sesuatu yang membuat kita lebih nyaman dan lebih bersemangat

- 2) Berkumpullah bersama pengusaha untuk mengetahui seperti apa dunia kewirausahaan itu?
- 3) Tak kenal maka tak tahu, tak tahu maka tak sayang. Ungkapan ini tepat untuk menggambarkan tips yang dijelaskan di atas. Dengan berkumpul dengan pengusaha, maka kita akan tahu seperti apa dunia usaha yang sebenarnya, sehingga argumen-argumen yang menggejolak di dalam diri kita akan terkoreksi ketika mengetahui seperti apa dunia wirausaha yang sebenarnya.
- 4) Kalau belum berani mengeluarkan modal untuk memulai berwirausaha, kenapa tidak mencoba untuk menghilangkan ketakutan itu?

Kebanyakan orang takut berwirausaha karena mereka takut uang mereka akan menjadi miskin, atau mereka akan dijerat mafia dunia bisnis, atau waktu mereka akan banyak tersita, dan alasan-alasan lainnya. Bagaimana jika kita berhasil mengalahkan ketakutan yang lebih mengerikan dibanding ketakutan yang muncul ketika berwirausaha? Sebagai contoh, jika kita takut kehilangan uang, apa yang membuat kita lebih takut dibanding kehilangan uang? Mungkin reputasi? atau istri? Mungkin nyawa? Bagaimana jika kita mengatasi ketakutan-ketakutan itu dulu? Seandainya kita lebih takut kehilangan reputasi ketimbang kehilangan uang. Lakukanlah hal-hal yang membuat kita beresiko kehilangan reputasi, seperti berperilaku bagai orang gila. Seandainya perasaan kita tidak merasa takut setelah melakukan hal tersebut, maka tentu kita tak akan takut lagi kehilangan?

- 5) Perbanyak bahan referensi *entrepreneurship*

Agar kita lebih yakin untuk melangkah, kita butuh buku panduan. Dengan buku panduan, selain kita lebih yakin, kita juga menjadi lebih berani dalam mengambil keputusan dalam dunia usaha kosmetik wajah. Ketakutan kita

juga akan semakin berkurang dikarenakan kita telah menguasai buku panduan kita dalam mengarungi samudera *entrepreneurship*.

- 6) Jangan cuma diam dan berpangku tangan, lakukan sekarang.

Ada pepatah yang bilang, seseorang pasti bisa kalau dipaksa. Sebenarnya segala ketakutan anda mengenai dunia usaha perlahan pasti akan luntur seandainya anda langsung mencoba terjun untuk berwirausaha contoh menjadi penerbit majalah. Perlahan tapi pasti anda akan mengerti bagaimana cara manage segala ketakutan dalam dunia usaha sehingga kita lebih berani.

Pada sisi lain untuk membangu jiwa *entrepreneur* perlu memperhatikan ciri-ciri *entrepreneur*, sehingga hal itu akan diketahui apa yang seharusnya dilakukan oleh seorang *entrepreneur*. Adapun tips tersebut di atas sebagai motivasi bahwa dengan sugesti, banyak teman, banyak membaca akan mampu membangun jiwa *entrepreneur* dan yang lebih penting adalah lakukan (*do*) sekarang.

d. Berpikir Kreatif dan Inovatif dalam Membangun Jiwa *Entrepreneur*

Keberadaan berpikir kreatif dan inovatif dalam membangun jiwa *entrepreneur* merupakan bagian penting. Dalam hal ini, berpikir kreatif dan inovatif merupakan bagian dari ide atau gagasan dari *entrepreneur* itu diimplementasikan dalam suatu pekerjaan. Di samping itu, menurut Subanar (2001: 13) salah satu ciri dari *entrepreneur* adalah kemampuan berpikir kreatif dan inovatif.

Kemampuan berpikir kreatif dan inovatif tentunya harus didukung banyaknya informasi yang masuk pada *entrepreneur*. Informasi itu diperoleh tentunya melalui banyak membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan *entrepreneurship*. Ketika seorang *entrepreneur* ingin membuka suatu usaha, seperti berbisnis kripik tempe. Tentu dia harus membaca literatur tentang bagaimana membuat kripik tempe, panduan berbisnis camilan kripik tempe, dan yang lebih menariknya lagi apabila ia mampu berpikir kreatif dan inovatif, bahwa kripik

tempe yang ia produksi berbeda dengan kripik tempe pada masyarakat selama ini, baik rasa, tampilan maupun harga. Inilah kenapa kita perlu berpikir kreatif dan inovatif, terutama dalam membangun jiwa *entrepreneur*.

C. KESIMPULAN

Berpikir merupakan kemampuan yang dimiliki oleh setiap manusia. Sebagai anugerah Tuhan, kemampuan berpikir perlu dioptimalkan dengan memanfaatkan untuk hal-hal yang positif. Bentuk berpikir positif adalah selalu kreatif dan inovatif untuk kebermanfaatannya bagi kehidupannya dan orang lain.

Entrepreneur merupakan sosok manusia yang terus berusaha untuk mengoptimalkan potensi yang dimilikinya dalam membangun suatu usaha. Hambatan dan tantangan menjadi batu loncatan dalam meraih suatu kesuksesan. Berpikir kreatif dan positif sebagai acuan dalam mensikapi berbagai hambatan dan tantangan yang dihadapi.

Untuk melahirkan sosok *entrepreneur* selain motivasi, semangat dan kemauan untuk menjadi *entrepreneur* adalah berpikir kreatif dan inovatif. Kemampuan ini sebagai landasan awal dalam membangun jiwa *entrepreneur* pada tataran ide atau gagasan. Dari sekedar ide atau gagasan kreatif yang dimiliki diupayakan mampu terealisasi dalam kehidupan sehari-hari, yakni dalam bentuk usaha yang kreatif dan inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Ashfahaniy, Raghieb. *Mu'jam al Mufradat Alfazh Al-Qur'an*. Beirut: Dar al-Fikr, t.th.
- Al Baqiy, Muhammad Fu'ad 'Abd. *Mu'jam al Mufahras li Alfazh Al-Qur'an*: Cet. III. Mesir: Dar al-Fikr. 1412 H/ 1992 M.
- Alma, Buchari, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, Bandung: Alfa Beta. 2013.
- Chenko, Asep. *Tips Membangun Jiwa Entrepreneur Muda*, <http://sekolahumarusan.com/tipsmembangunjiwaentrepreneurmuda/> diakses 20/3/2017.
- Dwi K, Ari, *Pengertian Inovatif (Kewirausahaan)*, <http://top-studies.blogspot.co.id/2013/11/pengertian-inovatif-kewirausahaan.html> diakses 20 Maret 2017, Jam 16.05 WIB.
- Frederick, H.H. et.al. *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*: 1st Asia Pacific Edition. Australia: Cengage Learning Australia Pty Limited. 2006.
- Hidayat, Kamaruddin. "Resiko Sebuah Pilihan" dalam Nurcholish Madjid (et. al.), *Kehampaan Spiritual Masyarakat Modern*. Cet. I. Jakarta: Penerbit Mediacita. 1420 H/ 2000.
- <http://www.learnersdictionary.com/definition/create> diakses 19 Maret 2017, Pukul 22.00 WIB
- <http://www.learnersdictionary.com/definition/creative> diakses 20 Maret 2017, Pukul 15.00 WIB.
- <https://www.merriam-webster.com/dictionary/innovate> diakses 20 Maret 2017, Jam 15.31 WIB.
- Nasution, Arman Hakim, et.al. *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta: Andi. 2007.
- Schumpeter, J.A. *The Theory of Economic Development*. Cambridge, M.A.: Harvard University Press. 1934.
- Subanar, Harimurti. *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta. 2001.
- Sudjatmoko, Agung. *Panduan Lengkap Wirausaha: Cara Cerdas Menjadi Pengusaha Hebat*. Jakarta: Transmedia Pustaka. 2009.
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana. 2010.

- Wahab, Rohmalina. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.
- Wijatno, Serian. *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: Grasindo. 2009.
- Winardi, J. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Kencana. 2008.
- Wirasmita, Yuyun. *Pemikiran Kewirausahaan, Kreativitas, Inovasi, dan Kewirausahaan*. Bandung: Laboratorium Manajemen Fakultas Ekonomi Unpad. 1999.
- Wiryasaputra, Totok S. *Entrepreneur: Anda Merdeka Jadi Bos*. Jakarta: Tridharma Manunggal. 2004.
- Zimmerer, T.W. et.al. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, 5th ed. New Jersey: Pearson/Prentice Hall. 2008.