

SOLUSI ADAPTASI KEBIASAN BARU DENGAN KREATIVITAS DAN INOVASI

Acuh Dharmawan Junaidi
Program Studi Magister Inovasi Universitas Teknologi Sumbawa
Acuhdharmawan18@gmail.com

Abstrak – Pada masa pandemi yang di alami oleh masyarakat Indonesia diharuskan hidup dengan tatanan hidup baru, yang dapat berdamai dengan Covid 19. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk mengetahui konsep kreativitas dan Inovasi yang harus di kembangkan dalam beradaptasi dengan kebiasaan baru dalam pandemi covid 19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kepustakaan (library research). Hasilnya adalah Inovasi dapat dikatakan sebagai produk dari adaptasi masyarakat terhadap perubahan atau kondisi yang tidak menyenangkan. Ketika dalam situasi terdesak atau terancam, individu akan berusaha untuk melakukan sesuatu yang bisa menolongnya keluar dari permasalahan, dan kreativitas memiliki peran yang sangat besar dalam hal ini.

Kata kunci : *Pandemi, Covid 19, kreativitas, Inovasi, Kebiasaan Barus*

Abstract –During the pandemic experienced by the Indonesian people, they are required to live with a new life order, which can make peace with Covid 19. The purpose of this descriptive research is to find out the concepts of creativity and innovation that must be developed in adapting to new habits in the covid 19 pandemic. Research This study uses a library research approach. The result is that innovation can be said to be a product of society's adaptation to changes or unpleasant conditions. When in a situation of urgency or threat, individuals will try to do something that can help them get out of problems, and creativity has a very big role in this..

Keywords : *Pandemic, Covid 19, creativity, innovation, new habits*

I. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang muncul di akhir tahun 2019 dan masuk ke Indonesia pada awal tahun 2020 tidak hanya menimbulkan gangguan kesehatan, tetapi juga berdampak luas pada perubahan pola kehidupan dunia. Perubahan pada berbagai aspek kehidupan dunia muncul sejak negara-negara di dunia termasuk Indonesia menerapkan sistem *lock down* untuk melindungi warga negaranya. Masyarakat diminta untuk lebih banyak beraktifitas di dalam rumah, perkantoran ditutup dan menerapkan sistem *work from home*, dan juga sekolah-sekolah serta kampus-kampus ditutup dan menerapkan sistem pembelajaran jarak jauh atau daring. Hal ini menyebabkan masalah perekonomian yang signifikan karena banyak tempat-tempat usaha seperti toko

dan rumah makan harus tutup bahkan gulung tikar dan mem-PHK banyak karyawannya.

Perubahan kehidupan yang dialami masyarakat membuat masyarakat itu sendiri harus segera beradaptasi agar roda kehidupan tetap berlangsung. Adaptasi kebiasaan baru pun muncul agar aspek-aspek kehidupan yang terdampak Covid-19 bergeliat kembali dan tetap mendukung atau tidak melanggar protokol kesehatan. Berbagai inovasi pun dilakukan untuk membangkitkan kembali objek-objek yang *collapse*, seperti banyak warung makan dan toko-toko klontong yang menyediakan layanan pesan antar. Layanan pesan antar ini sebelumnya hanya digunakan oleh rumah makan dan toko retail besar. Bahkan tukang sayur keliling juga berinovasi dengan memanfaatkan

teknologi komunikasi untuk menarik pelanggan ibu-ibu rumah tangga agar tetap bisa berbelanja. Inovasi-inovasi juga dilakukan dalam bidang yang lain.

Inovasi dapat dikatakan sebagai produk dari adaptasi masyarakat terhadap perubahan atau kondisi yang tidak menyenangkan. Ketika dalam situasi terdesak atau terancam, individu akan berusaha untuk melakukan sesuatu yang bisa menolongnya keluar dari permasalahan, dan kreativitas memiliki peran yang sangat besar dalam hal ini. Namun, seringkali kreatifitas seseorang dirasakan sulit muncul dalam keadaan normal atau tidak mendesak, sehingga muncul istilah “the power of kepepet”. Oleh sebab itu, dalam makalah ini penulis berusaha menjelaskan bagaimanakah proses kreatifitas bisa muncul sehingga banyak memunculkan inovasi-inovasi dalam berbagai bidang.

II. METODE

Dalam penelitian ini menggunakan Literature Review atau tinjauan pustaka. Dimana cara yang dipakai untuk mengumpulkan data atau sumber yang berhubungan pada sebuah topik tertentu yang bisa didapat dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, internet, dan pustaka lainnya.

III. PEMBAHASAN

A. Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran-pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berfikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan-gagasan yang mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat (Evans,1994).

Menurut Munandar (2012) 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. Kreativitas seseorang dapat dilihat dari tingkah laku atau kegiatannya yang kreatif. Menurut Slameto (2010) 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. Menurut Semiawan dalam Rachmawati (2010) bahwa kreativitas merupakan kemampuan untuk memberikan gagasan baru dan menerapkannya dalam pemecahan masalah.

Berdasarkan beberapa definisi yang diuraikan, disimpulkan bahwa kreativitas merupakan suatu proses mental individu yang melahirkan gagasan, proses, metode ataupun produk baru yang efektif yang bersifat imajinatif, fleksibel, suksesi, dan diskontinuitas, yang berdaya guna dalam berbagai bidang untuk pemecahan suatu masalah. Jadi kreativitas merupakan bagian dari usaha seseorang. Kreativitas akan menjadi seni ketika seseorang melakukan kegiatan.

B. Pengertian Inovasi

Stephen Robbins (1994), mendefinisikan, inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa. Rosenfeld (2002) menjelaskan inovasi merupakan eksploitasi yang berhasil dari suatu gagasan baru, atau dengan kata lain merupakan mobilisasi pengetahuan, keterampilan teknologis dan pengalaman untuk menciptakan produk, proses dan jasa baru.

Inovasi dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan ide dalam sekumpulan informasi yang berhubungan diantara masukan dan luaran. Dari hal tersebut terdapat dua hal yaitu inovasi produk dan inovasi proses yang merupakan suatu perubahan yang terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, memodifikasi untuk menjadikan sesuatu bernilai, menciptakan hal-hal baru yang berbeda, merubah suatu bahan menjadi sumber daya dan

menggabungkan setiap sumberdaya menjadi suatu konfigurasi baru yang lebih produktif baik langsung atau pun tidak langsung.

Inovasi dipandang sebagai kreasi dan implementasi ‘kombinasi baru’. Istilah kombinasi baru ini dapat merujuk pada produk, jasa, proses kerja, pasar, kebijakan dan sistem baru. Dalam inovasi dapat diciptakan nilai tambah, baik pada organisasi maupun masyarakat luas. Oleh karenanya sebagian besar definisi dari inovasi meliputi pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Istilah ‘baru’ bukan berarti *original* tetapi lebih ke *newness* (kebaruan). Arti kebaruan ini, bahwa inovasi adalah mengkreasi dan mengimplementasikan sesuatu menjadi satu kombinasi. ‘Kebaruan’ juga terkait dimensi ruang dan waktu. ‘Kebaruan’ terikat dengan dimensi ruang. Artinya, suatu produk atau jasa akan dipandang sebagai sesuatu yang baru di suatu tempat tetapi bukan barang baru lagi di tempat yang lain.

C. Kreativitas dan Inovasi

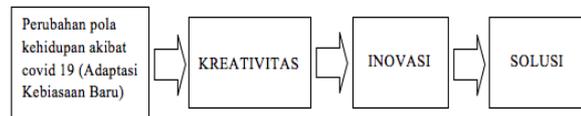
Kreativitas merupakan penyatuan pengetahuan dari berbagai bidang pengalaman berlainan untuk menghasilkan ide-ide baru dan lebih baik. Kreativitas juga merupakan keterampilan untuk menentukan pertalian baru, melihat subyek dari prespektif baru dan membentuk kombinasi-kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang telah tercetak dalam pikiran dan juga merupakan pembangkit ide-ide baru. Kreativitas juga sebagai penghasil ide baru dan inovasi sebagai penerjemah ide baru menjadi perusahaan baru, produk baru, jasa baru, proses baru atau metode baru untuk memproduksi (Stoner, Freeman dan Gilbert,1996).

Kreativitas juga merupakan sebuah proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dari lingkungannya akan mempengaruhi kreativitas seseorang.

Hurley and Hult (1998) mendefinisikan inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Selama

ini terdapat anggapan yang keliru mengenai orang yang kreatif. Terdapat anggapan bahwa hanya orang pintar saja atau jenius saja yang memiliki kreativitas. Bahwa proses kreatif adalah proses mental yang di dalam proses itu pengalaman masa lampau dikombinasikan kembali sering dengan beberapa distorsi dalam bentuk sedemikian rupa sehingga orang muncul dengan pola-pola baru, konfigurasi baru, aturan baru sehingga muncul pemecahan yang lebih baik yang dibutuhkan manusia. Ini terkait dengan inovasi dimana inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan solusi-solusi kreatif terhadap masalah dan peluang tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, inovasi merupakan implementasi dari ide-ide kreatif yang muncul sebagai solusi untuk beradaptasi dengan perubahan pola kehidupan akibat Covid19. Adaptasi kebiasaan baru bagi masyarakat merupakan sesuatu yang harus terjadi dan dihadapi. Perkembangan teknologi dan desakan pemenuhan kebutuhan hidup membutuhkan suatu wadah agar ditemukannya sesuatu yang lebih bermanfaat bagi kehidupan di masa pandemi Covid19.



Gambar 1 Alur adaptasi kebiasaan baru

IV. KESIMPULAN

Inovasi merupakan bentuk implementasi dari ide kreatif berupa sebuah produk baik berupa benda maupun jasa. Pada masa pandemi Covid19 inovasi memiliki peranan yang signifikan untuk membantu masyarakat beradaptasi dengan kondisi lingkungan atau perubahan. Inovasi pada akhirnya membantu masyarakat menemukan cara-cara baru, maupun cara-cara yang tepat guna untuk memperbaiki kondisi atau menjadi solusi dari permasalahan yang timbul akibat pandemi Covid19.

Pembahasan mengenai peran kreativitas dan inovasi dalam situasi adaptasi kebiasaan baru perlu dikembangkan lebih lanjut melalui

penelitian-penelitian. Hal ini bertujuan agar sumber referensi mengenai tema-tema tersebut dapat semakin beragam.

V. REFERENSI

- Hurley, R. F. dan G. Hult. (1998). Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 62: 42-54.
- Robbins, Stephen P. (1994). Teori Organisasi: Struktur, Desain dan Aplikasi, Alih. Bahasa Jusuf Udaya. Jakarta : Arcan.
- Rosenfeld JS. (2002). Functional redundancy in ecology and conservation. *Oikos* 98: 156-162.
- Mundandar, Utami. (2012). Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Semiawan, Cony. (2010). Pendekatan Keterampilan Proses. Jakarta: Gramedia.
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Stoner, James A.F. *Freeman*, R. Edward. *Gilbert*, Daniel R. (1996). Manajemen. Jakarta : Prenhallindo.