

Analisis Kreatifitas dan Inovasi Anggota Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi di Kota Bandung

Meriza Hendri
Universitas Widyatama, Bandung
merizahendri@yahoo.com

Abstrak

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) berperan dalam membina mahasiswa yang telah memiliki bisnis. Namun demikian, sebagian besar bisnis anggota HIPMI adalah PT yang bergerak di bidang kuliner yang usahanya belum terlalu besar dan belum berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kreatifitas dan inovasi mahasiswa yang memiliki usaha dan tergabung dalam HIPMI perguruan Tinggi di Kota Bandung. Objek penelitian ini adalah pengurus Hipmi Bandung dan mahasiswa yang merupakan anggota HIPMI Perguruan Tinggi di Kota Bandung. Metode penelitian ini adalah deskriptif analitis. Berdasarkan temuan dan analisis, didapatkan bahwa HIPMI BPC Bandung memiliki komitmen yang tinggi untuk mengembangkan kewirausahaan mahasiswa sejalan dengan program pemerintah dengan membentuk HIPMI Perguruan Tinggi. Program-program HIPMI PT diarahkan untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi mahasiswa selain pengembangan usaha mereka. Kreativitas mahasiswa setelah mendapatkan program-program HIPMI PT belum tinggi. Demikian juga dengan inovasi mereka dalam aspek inovasi produk, proses, organisasi dan bisnis. Namun demikian, kreativitas dan inovasi tersebut dapat terus dikembangkan

Kata kunci: analisis, kreatifitas, inovasi

1. Pendahuluan

Kewirausahaan atau yang lebih dikenal dengan *entrepreneurship* menjadi konsep yang banyak dibahas oleh berbagai kalangan masyarakat saat ini. Bahkan pemerintah telah membuat program pengembangan wirausaha bagi mahasiswa sebagai salah satu komponen masyarakat terdidik. Mahasiswa diharapkan bisa menjadi *job creator* dan bukannya *job seeker*. Hal ini diikuti oleh perguruan tinggi dalam mengajarkan kewirausahaan kepada mahasiswa. Hampir setiap perguruan tinggi memiliki mata kuliah kewirausahaan.

Upaya pengembangan wirausaha juga dilakukan oleh perusahaan-perusahaan seperti Bank Mandiri, perusahaan rokok Wismilack, Ciputra dan lain-lain. Pihak lainnya adalah perusahaan asing seperti Shell yang bekerjasama dengan Direktorat Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan nasional. Keikutsertaan perusahaan dalam mengembangkan kewirausahaan menunjukkan kesadaran dari berbagai komponen bangsa untuk berpartisipasi dalam mengembangkan ekonomi nasional melalui penciptaan pengusaha muda.

Donald F. Kuratko (2009, 3) menyatakan bahwa *entrepreneurs are individuals who recognize opportunity where others see chaos and confusion*. Menurut Suryana (2006) Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Karakteristik wirausaha menurut Suryana (2006), dalam diri seorang wirausahawan, memiliki ciri- ciri:

1. Percaya diri
2. Berorientasi pada tugas dan hasil
3. Keberanian mengambil risiko
4. Kepemimpinan
5. Berorientasi ke masa depan
6. Keorisinilan (kreativitas dan inovasi)

Salah satu organisasi yang peduli dengan pengembangan kewirausahaan di tingkat mahasiswa adalah Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Badan Pengurus Cabang (BPC) Bandung. HIPMI BPC Bandung memiliki program HIPMI Perguruan Tinggi yaitu bekerjasama dengan perguruan tinggi yang ada di Kota Bandung dengan mengajak mahasiswa untuk bergabung dengan HIPMI Bandung dan membuat organisasi di kampus. Sebelas perguruan tinggi telah memiliki HIPMI Perguruan Tinggi dan mahasiswa aktif dalam kegiatan HIPMI. Peran HIPMI adalah membina mahasiswa yang telah memiliki bisnis.

Berikut adalah daftar sembilan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi yang telah ada di Kota Bandung

1. HIPMI PT IM Telkom
2. HIPMI PT Universitas Widyatama
3. HIPMI PT Poltek Pos
4. HIPMI PT Universitas Pendidikan Indonesia
5. HIPMI PT Universitas Padjadjaran
6. HIPMI PT UIN
7. HIPMI PT Poltek Telkom
8. HIPMI PT ITB
9. HIPMI PT Alma'soem

Berdasarkan wawancara dengan pengurus dan Pembina HIPMI PT di beberapa perguruan tinggi yang tergabung dalam HIPMI Perguruan Tinggi, terdapat beberapa kegiatan yang telah diselenggarakan oleh pengurus HIPMI Badan Pengurus Cabang Bandung bagi para anggotanya, yaitu

1. Pelatihan kewirausahaan di masing-masing perguruan tinggi yang ada HIPMI PT nya. Kegiatan ini diselenggarakan oleh pengurus HIPMI PT dan pembicara atau trainer nya berasal dari pengurus dan anggota HIPMI BPC Bandung yang telah sukses di bisnis mereka masing-masing. Pelatihan ini menyangkut berbagai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan oleh mahasiswa dalam pembentukan dan pengembangan usaha. Salah satu tema yang paling utama diberikan dalam pelatihan tersebut adalah pengembangan kreativitas dan inovasi bagi mahasiswa yang akan memiliki usaha ataupun yang telah memiliki usaha.

2. Diskusi bulanan dengan pengusaha yang telah berhasil dimasing-masing bidang usahanya. Bentuk diskusi ini adalah diskusi informal dengan mengundang mahasiswa anggota HIPMI PT dan diselenggarakan oleh pengurus HIPMI BPC Bandung.
3. Memberikan Coaching bisnis kepada para anggota. Coaching merupakan metode yang paling efektif dalam pengembangan kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam pengembangan usaha mereka karena dengan coaching, mahasiswa dapat menceritakan permasalahan yang mereka hadapi dalam bisnis yang sedang dijalankan.
4. Menyelenggarakan seminar disetiap HIPMI PT secara bergiliran. Program ini dikoordinir oleh pengurus HIPMI BPC Bandung dan diselenggarakan oleh masing-masing HIPMI PT.
5. Melibatkan mahasiswa anggota HIPMI PT dalam berbagai program yang dijalankan oleh HIPMI BPC Bandung. Ajang ini bertujuan untuk meningkatkan interaksi antara mahasiswa dengan pelaku bisnis sehingga mereka belajar dari pebisnis sukses dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi mereka.
6. Memberikan kesempatan untuk mengikuti pameran bisnis yang dapat diikuti oleh para anggota.
7. Melibatkan mahasiswa dalam berbagai analisis bisnis yang sedang berkembang saat ini. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan analisis bisnis mahasiswa.
8. Membantu pengembangan kreativitas dan inovasi mahasiswa anggota HIPMI Perguruan Tinggi melalui berbagai lomba yang diselenggarakan oleh HIPMI BPC Bandung sendiri ataupun yang diselenggarakan oleh berbagai pihak diluar HIPMI BPC Bandung seperti Bank Mandiri, Shell, Honda dan lain-lain.

Namun demikian, sebagian besar bisnis anggota HIPMI PT bergerak di bidang kuliner dan usahanya juga belum terlalu besar berdasarkan transaksi bisnis dan pengembangan bisnis mereka. Bisnis yang dijalankan para mahasiswa anggota HIPMI PT juga tidak berlangsung dalam jangka waktu yang panjang atau lama karena beberapa usaha mereka bangkrut. Kondisi ini diduga berhubungan dengan kreativitas dan inovasi yang dimiliki oleh anggota HIPMI Perguruan Tinggi yang ada disetiap kampus yang telah tergabung dalam HIPMI PT di HIPMI BPC Bandung selama ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kreatifitas dan inovasi mahasiswa yang memiliki usaha dan tergabung dalam Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi di Kota Bandung.

2. Tinjauan Literatur

Seorang wirausaha menggabungkan antara pola pikir yang imajinatif dan kreatif dengan berfikir sistematis dan sesuai dengan logika. Kombinasi ini menjadi kunci sukses inovasi.

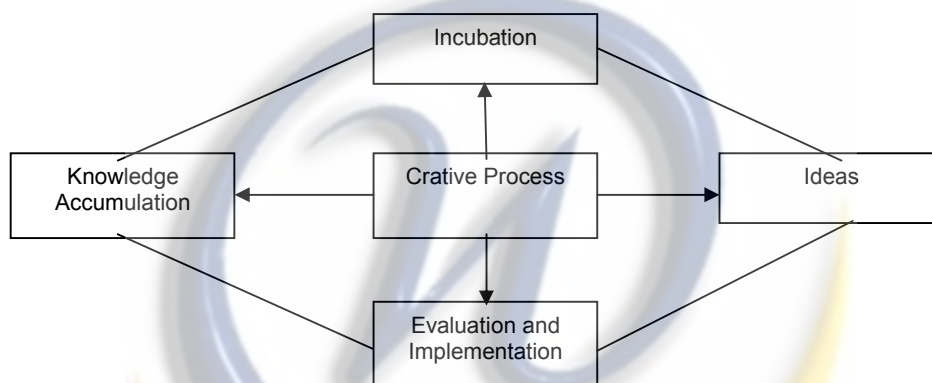
Timothy A. Matherly and Ronald E. Gold Smith yang dikutip oleh Donald F. Kuratko menyatakan bahwa *creativity is the generation of ideas that results in the improved efficiency or effectiveness of a system*. Menurut Suryana(2006) kreativitas (*creativity*) adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara

baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (*thinking new things*). Sedangkan inovasi (*innovation*) adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang (*doing new thinks*).

Adapun peranan kreatifitas menurut Donald F. Kuratko adalah sangat penting dalam proses inovasi. Terdapat dua aspek penting dalam kreatifitas yaitu

1. Proses, berorientasi tujuan dan didesain untuk mendapatkan solusi dari suatu masalah.
2. Orang, merupakan sumber untuk menentukan solusi. Dalam banyak hal, proses sama tetapi hasil akhir berbeda.

Menurut Donald F. Kuratko (2009, 115). Proses berfikir kreatif terdiri dari empat tahap yaitu *background or knowledge accumulation, the incubation process, the idea experience and evaluation and implementation*.



Gambar 1: Model Berpikir Kreatif
Sumber: Donald F. Kuratko, 2009

Kreativitas merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Oleh karena itu, kreativitas tidak bersifat statis. Beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah *become aware of some of the habits and mental blocks that stifle creativity*, berlatih terus mengembangkan kreativitas dan melihat orang berbeda.

Orang-orang dalam organisasi dapat mengembangkan atau menyulurkan kreativitas pada tujuh bidang (Donald F. Kuratko, 2009, 124) yaitu *idea creativity, material creativity, organization creativity, relationship creativity, event creatitiy, inner creativity and spontaneous creativity*.

Untuk mengembangkan kreativitas dalam perusahaan, dapat diciptakan iklim dan Donald F. Kuratko menyebut sebagai *the creative climate* yaitu:

1. A trustful management that doesnot overcontrol the personnel
2. Open channel of communication among all business members
3. Considerable contact and communication with outsiders
4. A large variety of personality types
5. A willingness to accept change
6. An enjoyment in experimenting with new ideas
7. Little fear of negative consequences for making a mistake

8. The selection and promotion of employees on the basis of merit
9. The use of techniques that encourage ideas, including suggestion systems and brainstorming
10. Sufficient financial, managerial, human and time resources for *accomplishing goals*. (Donald F. Kuratko, 2009, 124)

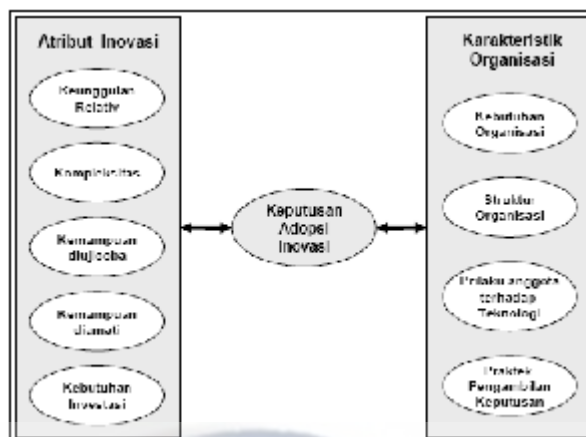
Salah satu kata kunci yang membedakan antara seorang wirausaha dengan yang bukan wirausaha adalah inovasi. Donald F. Kuratko (2009, 124) menyatakan bahwa *Innovation is a key function in the entrepreneurial process*. Maksudnya adalah inovasi merupakan salah satu fungsi kunci dalam proses kewirausahaan. Selain itu, Hal ini telah menjadi salah satu karakteristik yang dimiliki oleh wirausaha.

Bisa dilihat dalam kehidupan sehari-hari bahwa seorang wirausaha sukses, mampu merubah sesuatu yang tidak berharga menjadi sangat berharga. Dalam istilah Ciputra, entrepreneur itu mampu mengubah kotoran menjadi emas. Disinilah peranan inovasi bagi seorang entrepreneur. Banyak definisi yang telah diberikan para ahli tentang inovasi.

1. Peter F. Drucker, (1985) menyatakan bahwa *Innovation is the specific function of entrepreneurship.... It is the means by which the entrepreneur either creates new wealth producing resources or endows existing resources with enhanced potential for creating wealth*
2. Donald F. Kuratko (2009; 124) menyatakan bahwa *Innovation is the process by which entrepreneurs convert opportunities (ideas) into marketable solutions*.

Definisi inovasi yang lain menurut Nelson dan Rosenberg (1993) adalah bahwa “Sistem inovasi merupakan himpunan aktor yang secara bersama memainkan peran penting dalam mempengaruhi kinerja inovatif (*innovative performance*)”.

Inovasi baru bermanfaat dalam meningkatkan daya saing melalui pengurangan biaya produksi, kualitas produk yang bagus, penghematan waktu proses produksi dan delivery, maupun fleksibilitas dalam produksi maupun pemasaran apabila diadopsi atau diterima dan digunakan secara konsisten oleh perusahaan. Adopsi suatu inovasi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu atribut inovasi dan karakteristik organisasi/perusahaan (Higa *et al.* dalam Hermana, 2008) seperti disajikan pada Gambar 1.



Gambar 2. Model Faktor Pengambilan Keputusan Adopsi Inovasi
Sumber: Higa *et al.* dalam Hermana (2008).

Inovasi yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan sesuatu yang telah ada, bersifat sederhana sehingga mudah digunakan (tidak kompleks), mudah diuji coba, dapat dengan mudah diamati, dan terjangkau harga/biayanya, maka akan lebih cepat diadopsi. Demikian juga dengan organisasi yang membutuhkan sesuatu yang sesuai dengan inovasi yang ditawarkan dan mudah/cepat proses pengambilan keputusan akan lebih cepat mengadopsi suatu inovasi.

Inovasi berawal dari ide yang bagus dan memiliki peluang usaha. Oleh karena itu, *innovation is a combination of the vision to create a good idea and the perseverance and dedication to remain with the concept of implementation*

Inovasi mengalami proses sehingga menghasilkan produk atau jasa yang dijual oleh wirausaha. Kebanyakan inovasi merupakan hasil dari a *conscious, purposeful search for new opportunities*. Proses ini diawali oleh analisis sumber peluang baru. Peter F. Drucker dalam Donald F. Kuratko (2009, 125) menyatakan bahwa *because innovation is both conceptual and perceptual, would be innovators must go out and look, ask and listen. Successful innovators use both the right and left sides of their brain. They look at figures. They look at people. They analytically work out what the innovation has to be to satisfy the opportunity. Then they go out and look at potential product users to study their expectation, values and needs.*

Tipe-tipe inovasi menurut Donald F. Kuratko, *Invention, Extension, Duplication dan Synthesis*. Inovasi juga bermacam-macam jika dilihat dari tipenya. Rademaker (2005) mengidentifikasi 4 (empat) tipe inovasi, yakni inovasi produk, proses, organisasional, dan inovasi bisnis dengan karakteristiknya seperti disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tipe-tipe Inovasi dan Karakteristiknya

No.	Tipe Inovasi	Karakteristik
1	Inovasi Produk	Produk, jasa, atau kombinasi keduanya yang baru
2	Inovasi Proses	Metode baru dalam menjalankan kegiatan bernilai tambah, misalnya distribusi atau produksi, yang lebih baik atau lebih murah
3	Inovasi Organisasional	Metode baru dalam mengelola, mengkoordinasi, dan mengawasi pegawai, kegiatan, dan tanggung jawab
4	Inovasi Bisnis	Kombinasi produk, proses, dan system organisasional yang baru

Sumber: Rademakers, 2005

3. Metode Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengurus Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Badan Pengurus Cabang Bandung dan mahasiswa yang merupakan anggota HIPMI Perguruan Tinggi di Kota Bandung. Metode penelitian ini adalah deskriptif analitis.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan datanya adalah observasi terhadap berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh HIPMI BPC Bandung dan para mahasiswa yang menjadi anggota HIPMI PT di masing-masing kampus tersebut. Selain itu, juga dilakukan wawancara dengan mereka serta studi literature. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Januari – Maret 2011.

4. Temuan dan Analisis

Gambaran Hipmi Perguruan Tinggi

Format HIPMI PT adalah sebagai Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Kampus. Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) telah menjadi program unggulan HIPMI BPC Kota Bandung dan telah ditetapkan sebagai program nasional bagi HIPMI. Berdasarkan data dari HIPMI BPC Kota Bandung, latar belakang berdirinya hipmi ini adalah

1. Jumlah Pengangguran Indonesia semakin meningkat karena keterbatasannya lapangan tenaga kerja dan PHK dimana – mana
2. Indonesia membutuhkan semakin banyak Pengusaha sebagai *THE ECONOMIC HERO* untuk menciptakan lapangan pekerjaan demi meningkatkan kesejahteraan Rakyat
3. Padahal, Indonesia memiliki Potensi SDA, SDM dan daya konsumsi Pasar sangat besar tapi sampai sekarang masih dijajah secara ekonomi
4. Mahasiswa mayoritas memiliki mentalitas *pencari pekerjaan* bukan *pencipta pekerjaan*
5. Mesti ada Revolusi mahasiswa dimana merubah Visi ingin menjadi Karyawan menjadi Visi ingin menjadi Pengusaha

6. Bandung sebagai basis mahasiswa terbesar ketiga setelah Jakarta dan Jogjakarta dimana memiliki potensi sumber daya banyak
7. Regenerasi HIPMI dari kalangan Intelektual (kampus) dimana perpaduan antara Intelektual dan Jiwa Entrepreneur akan menghasilkan mahasiswa Luar Biasa
8. Paling Efektif untuk regenerasi HIPMI yaitu dengan cara berpadu dengan lembaga yang menciptakan generasi muda yang Intelek atau kata lain berbasis orang – orang yang terdidik. Lembaga ini yaitu Universitas, Institusi Pendidikan atau Sekolah Tinggi dimana levelnya setelah Sekolah Menengah Umum (SMU). Karena dengan berpadunya antara Intelektualitas dan Semangat Jiwa *Entrepreneur* akan dapat menciptakan Perusahaan yang memiliki nilai tambah yang sangat besar.
9. Mesti adanya Lembaga kampus khusus yang fokus untuk menciptakan generasi mahasiswa yang akan berprofesi sebagai pengusaha dimana fungsi utamanya adalah pembinaan praktek dan pendidikan untuk mahasiswa agar kedepannya menjadi pengusaha tangguh yang dapat mensejahterakan Rakyat. (Sumber: Laporan HIPMI BPC Bandung).

HIPMI PT memiliki visi yang hendak dicapai yaitu “*Creating Young Successfull Intellectual Entrepreneurs*”. Adapun misi keberadaan HIPMI PT ini adalah membentuk suatu wadah/lembaga pembinaan mahasiswa yang memiliki visi menjadi pengusaha, membentuk jaringan kerja sama antara pengusaha (HIPMI) dengan mahasiswa dengan dibentuknya HIPMI Perguruan Tinggi dan melaksanakan Program – program Independen dan Sinergi BPC dalam pola pembinaan mahasiswa menjadi Pengusaha Tangguh

Pengurus HIPMI BPC Bandung telah menyusun program bagi HIPMI PT dan dibagi atas tiga kelompok yaitu rencana jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Adapun rencana jangka pendek (6bulan - 1 tahun) adalah menjalankan di Universitas Negeri dan Swasta di Bandung, mengadakan Event Soft Launching di masing – masing Kampus (fokusnya ; MOU HIPMI SC dan pihak Kampus, Seminar Motivasi Bisnis oleh HIPMI), penguatan Fondasi (Pematangan Sistem), kelancaran Operasional (Adaptabilitas sistem) dan pelaksanaan program Independen (ex: kunjungan ke tempat usaha pengurus HIPMI, Mentoring Bisnis, Business Matching) dan Sinergi BPC(program yang sudah direncanakan oleh pengurus BPC dilaksanakan oleh PT). Yang terakhir adalah mengadakan *Grand Launching HIPMI PT* Indonesia dimana bertujuan untuk :

1. Deklarasi Kelahiran HIPMI PT Indonesia dimana merupakan suatu Pergerakan Nasional peningkatan ekonomi Indonesia melalui peningkatan kuantitas dan kualitas Pengusaha Muda
2. Program HIPMI SC masuk kedalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga HIPMI Indonesia
3. Sosialisasi diwajibkannya Program HIPMI PT di seluruh HIPMI Badan Pengurus Daerah (BPD) dan BPC se-Indonesia.

Rencana jangka menengah dengan jangka waktu (1 – 2 tahun) untuk HIPMI PT adalah melebarkan sayap penerapan HIPMI PT ke Kota Besar lain (Jakarta, Yogyakarta, Surabaya dan Medan), pembentukan HIPMI PT Pusat BPP dan mengadakan event *National Conference* dimana bertujuan untuk sosialisasi Pembentukan HIPMI PT di kampus seluruh Indonesia, deklarasi Mata Kuliah Wajib “Kewirausahaan” pada setiap jurusan di kampus dan deklarasi “Hari Kebangkitan Entrepreneur Muda Kampus Nasional”

Rencana jangka panjang HIPMI PT adalah membentuk Aliansi Strategis dengan Organisasi Entrepreneur Muda Kampus di Luar Negeri dan mengadakan event Konferensi Internasional Kewirausahaan dimana bertujuan untuk sinergisitas antar Organisasi Internasional, Pengusaha, Departemen Pendidikan Nasional, UNESCO dan Kampus. Selain itu, tujuannya adalah pembentukan Organisasi International Entrepreneur Muda Kampus

Berdasarkan wawancara dengan pengurus HIPMI BPC Bandung, sumber Daya Mahasiswa dari kampus yang dibidk untuk aktivitas HIPMI PT ini adalah

1. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM)
2. Koperasi Mahasiswa (KOPMA)
3. Himpunan Mahasiswa Jurusan (HIMA)
4. Wadah Mahasiswa yang berbisnis (informal)

sehingga keanggotaan HIPMI PT ini seluruh mahasiswa yang berminat untuk menjadi pengusaha dan mahasiswa yang telah memiliki usaha. Untuk mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan tersebut, maka pengurus HIPMI BPC Bandung melakukan sinergi yang bersifat strategis dengan berbagai lembaga yang ada dikampus seperti Pusat Inkubator Bisnis (PIB), Depertemen Kerjasama antar lembaga Kampus (PR 4) dan Pembantu Rektor bagian Kemahasiswaan (PR 3)

Analisis Kreativitas dan Inovasi

Analisis kreativitas

Salah satu aspek yang sangat penting dikembangkan di HIPMI PT adalah aspek kreativitas dan inovasi mahasiswa anggota HIPMI PT. Pengurus HIPMI BPC Bandung menyakini sekali bahwa kreativitas dan inovasi merupakan dasar menjadi seorang wirausaha. Kedua aspek ini berhubungan dengan ide dan hasil dari ide-ide mahasiswa menjalankan usaha.

Berdasarkan pengamatan, kreativitas mahasiswa anggota HIPMI PT belum berkembang dengan baik yang ditandai oleh ide-ide bisnis mereka masih terbatas diseputar bisnis

Tabel 2: Daftar bisnis yang dijalankan oleh para anggota HIPMI Perguruan Tinggi di Bandung

No	Nama Bisnis	No	Nama Bisnis
1.	Café	11.	Travel
2.	Bisnis pulsa	12.	Ikan asin
3.	Konveksi	13.	Warnet
4.	Rental mobil	14.	Kripik
5.	Fotografi	15.	Event Organizer
6.	Donat	16.	Catering
7.	Coklat	17.	Toko bangunan
8.	Beternak lele	18.	Jual sepatu
9.	Rumah makan	19.	Parfum
10.	Jamur	20.	Distro

Sumber: Observasi dan wawancara dengan pengurus HIPMI PT

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa bisnis yang dijalankan oleh mahasiswa mayoritas termasuk bisnis yang non industri kreatif. Bisnis tersebut termasuk pada bisnis yang umum dijalankan oleh masyarakat umum. Hal ini menggambarkan bahwa kreativitas mahasiswa dalam memilih jenis bisnis terlihat belum kreatif bila dibandingkan dengan indikator bisnis-bisnis yang termasuk kedalam industri kreatif. Berdasarkan peraturan menteri perdagangan Indonesia tentang Industri kreatif.

Selanjutnya adalah kreativitas mereka dalam menjalankan usaha yang masih terlihat biasa-biasa saja. Berdasarkan pengamatan atas proses bisnis yang dijalankan oleh mahasiswa anggota HIPMI PT tersebut, terlihat bahwa mereka menjalankan bisnis seperti yang umum dijalankan oleh pebisnis lain. Tidak terlihat diferensiasi yang kuat dalam proses bisnis mereka sehingga bisnis tersebut terlihat biasa-biasa saja. Akibatnya adalah bisnis tersebut tidak berkembang dengan baik kalau dibandingkan dengan bisnis yang dijalankan dengan kreativitas tinggi. Ide-ide mereka dalam menjalankan usaha masih bersifat umum.

Proses berfikir kreatif terdiri dari empat tahap yaitu *background or knowledge accumulation, the incubation process, the idea experience and evaluation and implementation* belum dilakukan oleh mahasiswa tersebut dengan baik. Hal ini terlihat selama melakukan wawancara dengan mahasiswa tersebut, mereka tidak banyak mengeluarkan ide-ide yang berdasarkan proses berfikir kreatif diatas. Sebenarnya mereka memiliki pengalaman sebagai salah satu tahap dalam proses berfikir kreatif ini yang bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan ide-ide dalam membangun ataupun mengembangkan usaha. Tetapi, pengalaman tersebut tidak dimanfaatkan.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa mahasiswa belum memiliki kreativitas yang tinggi dalam menjalankan usaha mereka. Menurut Suryana(2006) kreativitas (*creativity*) adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara- cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (*thinking new things*). Dalam hal ini, memperlihatkan bahwa karena bisnis yang dijalankan adalah bisnis yang umum ditemui dalam kehidupan sehari-hari, menyebabkan kemampuan kreativitas berupa ide-ide atau cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan

menemukan peluang belum tertanam dengan baik dibenak mahasiswa. Dalam hal ini, terlihat bahwa program pengurus HIPMI PT selama ini belum optimal mengembangkan kreativitas mahasiswa karena kreativitas mahasiswa tersebut dipengaruhi oleh dua factor penting menurut Donald F. Kuratko yaitu proses dan orang.

Analisis inovasi

Inovasi (*innovation*) adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang (*doing new thinks*). Hal ini menggambarkan hubungan antara kreativitas dan inovasi yang sangat erat.

Berdasarkan wawancara dengan pengurus HIPMI BPC Bandung, keberadaan HIPMI PT sudah mampu meningkatkan inovasi bisnis yang dijalankan oleh mahasiswa yang tergabung organisasi ini. Inovasi tersebut terlihat dari produk atau jasa yang ditawarkan. Namun demikian, inovasi tersebut memang belum merata di semua bisnis yang dijalankan oleh mahasiswa tersebut.

Berdasarkan pengamatan terhadap bisnis yang dijalankan, inovasi tersebut memang ada yang bagus, tetapi tidak merata. Tetapi secara umum, inovasi yang dijalankan oleh para mahasiswa belum optimal. Program-program yang dijalankan oleh HIPMI BPC dan HIPMI PT selama ini belum menyentuh secara mendalam aspek inovasi ini.

Inovasi produk berupa barang, jasa ataupun kombinasi keduanya yang ditawarkan kepada konsumen oleh pelaku bisnis tersebut masih rendah. Produk yang ditawarkan masih terkesan tidak berbeda dari yang sudah ada. Hal ini memperlihatkan bahwa ide bisnis mereka belum tinggi sehingga terlihat pada inovasi juga yang tidak tinggi. Sebagai contoh, pengusaha lele yang dalam hal ini produknya adalah berupa ikan lele, hanya menghasilkan lele hidup yang langsung dijual kepada pedagang lele ataupun kepasar. Belum terlihat inovasi produk yang ditawarkan dalam bentuk ikan lele olahan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa inovasi produk mereka masih rendah. Tentu mereka akan menghadapi pesaing yang sangat berat karena produk berupa ikan lele tersebut banyak dihasilkan oleh para petani lele di Kota Bandung. Selain itu, pengusaha lele yang sudah berpengalaman pun akan menjadi pesaing berat daripada mahasiswa.

Bentuk inovasi kedua adalah inovasi dalam proses bisnis. Hal ini berhubungan dengan metode baru dalam menjalankan kegiatan bernilai tambah, misalnya distribusi atau produksi, yang lebih baik atau lebih murah. Inovasi proses ini sangat rentan bagi mahasiswa karena mereka sangat terkendala dengan keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan waktu karena mereka berbisnis sambil kuliah. Program-program HIPMI PT selama ini belum menyentuh aspek inovasi dalam proses yang terlihat pada hasil atau kemampuan mahasiswa dalam mendesain proses bisnis mereka. Proses bisnis tersebut bersifat umum seperti halnya yang dijalankan oleh pebisnis lainnya. Hal ini tentu akan mempengaruhi efektifitas dan efisiensi hasil bisnis tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa mahasiswa yang telah ikut dengan HIPMI PT ini, mereka menyatakan bahwa proses bisnis yang mereka jalankan lebih banyak melihat proses bisnis yang telah biasa dijalankan oleh

pengusaha selama ini. Belum ada penekanan aspek kreativitas yang mampu menghasilkan inovasi dalam proses bisnis.

Inovasi Organisasional berhubungan dengan metode baru dalam mengelola, mengkoordinasi, dan mengawasi pegawai, kegiatan, dan tanggung jawab. Model organisasi yang digunakan oleh mahasiswa bersifat sederhana dalam segi jumlah karyawan. Mereka menjalankan itu semua secara sendiri dan tidak menggunakan banyak orang. Namun demikian, hal ini disebabkan oleh keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh para mahasiswa dalam menjalankan usaha. Sebagai contoh, bisnis coklat yang dijalankan oleh dua orang mahasiswa dan mahasiswi. Mereka mengurus semua fungsi-fungsi manajemen yaitu pemasaran, karyawan, operasi dan pemasaran. Kondisi ini mampu membuat efisiensi terhadap keuangan mereka dan bisa membuat keputusan yang cepat. Namun demikian, hal ini belum menggambarkan inovasi organisasi dalam organisasi karena kondisi tersebut disebabkan oleh keterbatasan dana yang dimiliki oleh mereka berdua. Konsekuensinya adalah banyak pesanan yang belum bisa terpenuhi oleh mereka.

Inovasi yang terakhir adalah inovasi Bisnis yang berhubungan dengan kombinasi produk, proses, dan sistem organisasional yang baru. Berdasarkan pengamatan terhadap bisnis yang dijalankan oleh mahasiswa, secara umum terlihat bahwa inovasi bisnis yang dijalankan masih rendah. Rendahnya inovasi bisnis ini terlihat dari produk, proses dan sistem organisasi yang masih sederhana.

Berdasarkan wawancara dengan pengurus HIPMI BPC Bandung, rendahnya kualitas kreatifitas dan inovasi mahasiswa anggota HIPMI PT ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu

1. Kampus memiliki kebijakan yang sama tentang pengembangan kreativitas dan inovasi mahasiswa mereka dalam menjalankan bisnis. Kebijakan ini berhubungan dengan visi, misi dan budaya kampus tersebut.
2. Masing-masing kampus memiliki karakteristik bidang keilmuan yang berbeda-beda. Karakteristik ini sangat mempengaruhi kreativitas dan inovasi mahasiswanya
3. kampus belum bersinergi dengan HIPMI BPC Bandung dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi mahasiswa.
4. HIPMI BPC Bandung belum memiliki system yang terintegrasi dengan mahasiswa anggota HIPMI PT yang memiliki usaha.
5. Keterbatasan waktu pengurus HIPMI PT BPC Bandung untuk memberikan *coaching* kepada anggota HIPMI PT. Hal ini disebabkan oleh kondisi mereka yang sibuk dengan bisnis mereka sehari-hari.

5. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan analisis kreativitas dan inovasi anggota HIPMI PT di atas, dapat disimpulkan bahwa

1. Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Badan Pengurus Cabang Bandung memiliki komitmen yang tinggi untuk mengembangkan kewirausahaan mahasiswa sejalan dengan program pemerintah dengan membentuk HIPMI Perguruan Tinggi

2. Program-program HIPMI PT diarahkan untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi mahasiswa selain pengembangan usaha mereka.
3. Kreativitas mahasiswa setelah mendapatkan program-program HIPMI PT belum tinggi. Demikian juga dengan inovasi mereka dalam aspek inovasi produk, proses, organisasi dan bisnis. Namun demikian, kreativitas dan inovasi tersebut dapat terus dikembangkan.

6. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat disampaikan dalam paper ini adalah

1. Pengurus HIPMI BPC Bandung melakukan kerjasama dengan pihak kampus dalam mencari sinergisitas antara program pengembangan kreativitas dan inovasi mahasiswa.
2. Membuat program pengembangan kreativitas dan inovasi yang disesuaikan dengan karakteristik bidang keilmuan masing-masing kampus.
3. Pengurus HIPMI BPC Bandung mengintegrasikan program HIPMI BPC Bandung dengan program HIPMI PT
4. Melibatkan seluruh pengurus dan anggota HIPMI BPC Bandung dalam memberikan coaching kepada anggota HIPMI PT sehingga kesibukan sebagai salah satu penyebab tidak bisa memberikan coaching dengan optimal bisa dikurangi.

7. Daftar Pustaka

- Besterfield, Dale H, Carol Besterfield-Michna, Glen H.Besterfield, and Mary Drucker, Peter. F. 1985. *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Fishmen, Allen E. 2009. *Nine Element off business success*. USA: McGraw Hill.
- Kuratko, Donald, F; 2009. *Entrepreneurship theory, process, practice* (8^{ed}). South Western: Congage Learning, USA
- Rademakers, Martijn. 2005. Corporat universities: Driving force of knowledge innovation, *Journal of Workplace Learning*, (17), 130.
- Suryana 2006. *Kewirausahaan pedoman praktis: Kiat dan proses menuju sukses*. Edisi ketiga. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Suryana. 2004. *Memahami karakteristik kewirausahaan*. Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan- Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar Dan Menengah- Departemen Pendidikan Nasional
- www.hipmi.org