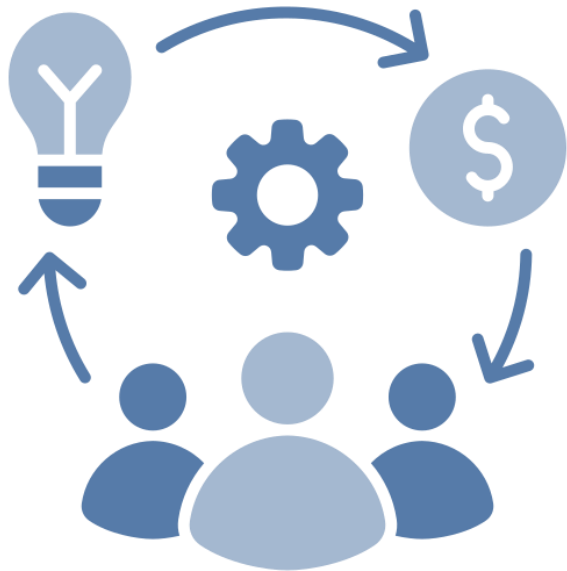


Kewirausahaan

Ide Kreatif dan Inovatif







P r a j a n t o W a h y u A d i

prajanto@lecturer.undip.ac.id

+62896 2635 7775

Kreatif dan Inovatif

-  **Kreativitas:** Kemampuan menghasilkan ide, konsep, atau solusi baru yang unik dan bernilai.
-  **Inovasi:** Proses mengubah ide kreatif menjadi produk, jasa, atau proses yang bermanfaat dan dapat diterapkan.
- **Contoh:**
 -  Ide kreatif = kopi rasa rempah.
 -  Inovasi = kopi rempah kemasan siap seduh.

Kreatif dan Inovatif

Zimmerer:

 kemampuan menemukan ide baru & cara pandang berbeda.






Peter Drucker:

 kreativitas → sumber utama inovasi

 inovasi → memanfaatkan kreativitas agar bernilai tambah.

Kreatif dan Inovatif

Ciri Kepribadian Inovatif (Everett E. Hagen)

-  Rasa ingin tahu tinggi.
-  Berani mengambil risiko.
-  Mandiri dalam berpikir.
-  Optimis terhadap masa depan.
-  Motivasi kuat untuk menciptakan hal baru

Kreatif dan Inovatif

Proses Kreatif



Persiapan
kumpulkan
informasi.



Inkubasi
biarkan ide
berkembang.



Iluminasi
“aha
moment”.



Verifikasi
uji kelayakan
ide.

Kreatif dan Inovatif



Dasar Pola Pikir Kreatif



Berani berbeda.



Tidak takut gagal.



Masalah = peluang.



Sudut pandang baru.

Kreatif dan Inovatif

Manfaat Pola Pikir Kreatif



Solusi unik
atas
masalah.



Produk/jasa
lebih
unggul.



Keunggulan
kompetitif.

Kreatif dan Inovatif



Faktor Pendukung Keberhasilan (James B. Quinn)



Visi yang jelas.



Sumber daya mendukung.



Budaya organisasi terbuka.



Kepemimpinan mendorong inovasi.



Belajar dari kesalahan.

Kreatif dan Inovatif



Jenis-Jenis Inovasi



Produk

barang/jasa baru.



Proses

cara produksi/distribusi.



Pemasaran

strategi promosi baru.



Organisasi

manajemen & struktur kerja.

Kreatif dan Inovatif

⚙️ Prinsip Dasar Kreativitas dalam Bisnis



Fokus pada pelanggan.



Integrasi teknologi & kreativitas.



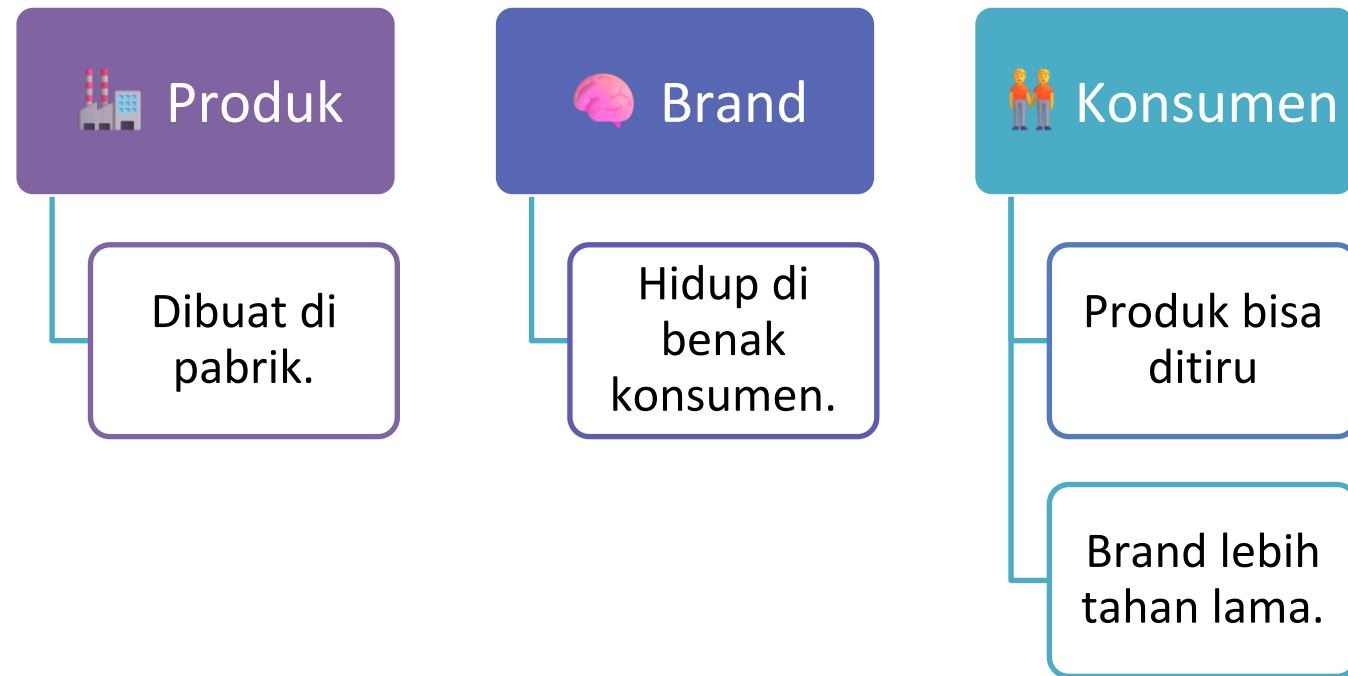
Continuous improvement.



Memberi nilai tambah.

Konsumen

🔗 Logika Produk vs Brand (Walter Landor)



Produk dan Persepsi










Pemikiran Konsumen

https://www.youtube.com/watch?v=yY_6A2iXiDo&pp=ygUMcnVtYWggZWRpdG9y











- Contoh: Air mineral sama → tapi konsumen pilih brand dengan citra lebih baik.

Diskusi

-  Apa bedanya kreativitas & inovasi?
-  Menurut Anda, pandangan siapa yang lebih relevan untuk era digital: Zimmerer atau Peter Drucker?
-  Bagaimana ciri inovatif (Everett E. Hagen) muncul dalam diri mahasiswa wirausaha?
-  Tahap proses kreatif mana yang sering dilewati mahasiswa?
-  Apakah bisnis harus selalu mengikuti konsumen atau justru menciptakan tren baru?
-  Mengapa brand bisa lebih kuat daripada produk itu sendiri?
-  Mana yang lebih menentukan: produk nyata atau persepsi konsumen?

Contoh kasus: Aplikasi Smart Kos

-  Masalah: Sudah ada aplikasi serupa (Mamikos, OLX) + pemilik kos sulit update data.
-  Tantangan: Modal pengembangan terbatas.
-  Fitur kreatif apa yang bisa membuat aplikasi ini berbeda?
-  Bagaimana mengubah ide jadi inovasi nyata yang berguna?
-  Ciri kepribadian inovatif (Hagen) apa yang harus dimiliki pengembang?
-  Tahap proses kreatif mana yang paling krusial untuk aplikasi ini?
-  Bagaimana membangun brand agar lebih kuat dari kompetitor?
-  Bagaimana menanamkan persepsi positif di benak konsumen?

Sekian

TERIMA KASIH