KEPUTUSAN REKTOR
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
Nomor: 1975 /In.08/R/TL.01/06/2021
TENTANG
PENERIMA BANTUAN PENELITIAN PENINGKATAN KAPASITAS/ PEMBINAAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

REKTOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON,

Menimbang :
a. bahwa guna mendukung pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi berupa penelitian pada IAIN Syekh Nurjati Cirebon, maka perlu dilaksanakannya Kegiatan Penelitian Peningkatan Kapasitas/ Pembinaan;
b. bahwa nama-nama sebagaimana tercantum dalam keputusan ini dipandang mampu untuk melaksanakan tugas sebagai peneliti;
c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan b, perlu ditetapkan Keputusan Rektor tentang Penerima Bantuan Penelitian Peningkatan Kapasitas/ Pembinaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021;

Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengatahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara;
3. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara;
4. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
5. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 tentang Dosen;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
8. Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 66 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 11 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon;
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2020 tentang Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Perguruan Tinggi Keagamaan;
11. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 119/PMK.02/2020 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2021;
12. Surat Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 025.04.2.423532/2020 tanggal 23 November 2020 tentang Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun Anggaran 2021;

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Keputusan Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon tentang Penerima Bantuan Penelitian Peningkatan Kapasitas/ Pembinaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021.

KESATU : Menetapkan nama-nama sebagaimana tercantum pada lampiran I kolom 2 (dua) sebagai Penerima Bantuan Penelitian Peningkatan Kapasitas/ Pembinaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021, dengan jumlah sebagaimana tercantum pada kolom 4 (empat) yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keputusan ini.

KEDUA : Dalam melaksanakan kegiatan penelitian, para penerima bantuan penelitian berkewajiban untuk melaporkan kegiatan penelitian kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat IAIN Syekh Nurjati Cirebon;

KETIGA : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya jika dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Cirebon
pada tanggal 15 Juni 2021
Rektor,

SUMANTA

TEMBUSAN:
1. Kepala Badan Pemeriksa Keuangan RI di Jakarta;
2. Sekretaris Jenderal Kementerian Agama RI.
   u.p. Kepala Biro Keuangan dan BMN di Jakarta;
3. Inspektur Jenderal Kementerian Agama RI di Jakarta;
4. Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI di Jakarta;
5. Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan di Bandung;
6. Kepala Kantor Pelayanan dan Perbendaharaan Negara di Cirebon;
7. Pejabat yang berwenang.

LAMPIRAN KEPUTUSAN REKTOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
NOMOR 1975 /In.08/R/TL.01/06/2021
TANGGAL 15 JUNI 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN PENINGKATAN KAPASITAS/ PEMBINAAN IAIN SYEKH NURJATI CIREBON TAHUN 2021

DAFTAR PENERIMA BANTUAN PENELITIAN PENINGKATAN KAPASITAS/ PEMBINAAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

NO	NAMA	JUDUL PENELITIAN	BESARAN BANTUAN
1	*2*	*3*	*4*
1	Afif Muamar;	Motif Sosial pada Praktik Ibadah Haji di KBIH Wadi Fatimah Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon	Rp. 12.000.000,-
2	Muhammad Qoes Atieq;	Analisis Perbandingan Tingkat Employee Engagement pada Dosen dan Karyawan Generasi X dan Y (Studi pada IAIN Syekh Nurjati)	Rp. 12.000.000,-
3	Indah Rizki Anugrah;	Mengangkat Batik Cirebon sebagai Konteks Pembelajaran Kimia dan Potensinya dalam Pendidikan Berbasis Stem: Preliminary Research	Rp. 12.000.000,-
4	Jazariyah;	Pengembangan Alat Permainan Edukatif (APE) Berbahan Dasar Perca Batik Dari Kawasan Batik Trusmi Cirebon	Rp. 12.000.000,-
5	Syaeful Bakhri;	Belajar Dari Purwokerto : Studi Komparasi Pariwisata Alam Kabupaten Cirebon dan Kabupaten Banyumas	Rp. 12.000.000,-
6	Lilik Herawati;	Penerapan Model Pembelajaran Parmi (Produksi, Atensi, Retensi, Motivasi, dan Inovasi) pada Mata Kuliah Kritik Sastra di Jurusan Tadris Bahasa Indonesia IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Rp. 12.000.000,-
7	Siti Maryam Munjiat;	Mengenali Kiai Pesantren Salaf dalam Mengajari Keislaman; dari Sorogan/ Bandongan, Mempertahankan Kemerdekaan, Mencerdaskan Kehidupan Bangsa. (Study Tokoh Pesantren Kiai Amin Sepuh Babakan Ciwaringin Cirebon)	Rp. 12.000.000,-
8	Imroatul Fatihah;	Pengaruh Penerapan Dakwah Bil Hal Terhadap Perilaku Sosial Jama'ah Pengajian Al-Hidayah Kelurahan Argasunya Kota Cirebon	Rp. 12.000.000,-
9	Aris;	Pengembangan Model Pembelajaran IPS Berbasis Kearifan Lokal di MTs/ SMP Se Kabupaten Kuningan	Rp. 12.000.000,-
10	Zakky Yavani Amroh Umaemah;	Desain Tugas Mandiri Berbasis ICT untuk Meningkatkan Kemampuan Receptive dan Productive Skill Mahasiswa Bahasa Inggris (Lanjutan 2019)	Rp. 12.000.000,-

Rektor,

SUMANTA

KEPUTUSAN REKTOR
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
Nomor: 1971 /In.08/R/TL.01/06/2021
TENTANG
PENERIMA BANTUAN PENELITIAN DASAR PENGEMBANGAN PRODI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

REKTOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON,

Menimbang :
a. bahwa guna mendukung pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi berupa penelitian pada IAIN Syekh Nurjati Cirebon, maka perlu dilaksanakannya Kegiatan Penelitian Dasar Pengembangan Prodi;
b. bahwa nama-nama sebagaimana tercantum dalam keputusan ini dipandang mampu untuk melaksanakan tugas sebagai peneliti;
c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan b, perlu ditetapkan Keputusan Rektor tentang Penerima Bantuan Penelitian Dasar Pengembangan Prodi IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021;

Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengatahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara;
3. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara;
4. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
5. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 tentang Dosen;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
8. Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 66 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 11 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon;
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2020 tentang Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Perguruan Tinggi Keagamaan;
11. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 119/PMK.02/2020 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2021;
12. Surat Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 025.04.2.423532/2020 tanggal 23 November 2020 tentang Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun Anggaran 2021;

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Keputusan Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon tentang Penerima Bantuan Penelitian Dasar Pengembangan Prodi IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021.

KESATU : Menetapkan nama-nama sebagaimana tercantum pada lampiran I kolom 2 (dua) sebagai Penerima Bantuan Penelitian Dasar Pengembangan Prodi IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021, dengan jumlah sebagaimana tercantum pada kolom 4 (empat) yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keputusan ini.

KEDUA : Dalam melaksanakan kegiatan penelitian, para penerima bantuan penelitian berkewajiban untuk melaporkan kegiatan penelitian kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat IAIN Syekh Nurjati Cirebon;

KETIGA : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya jika dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Cirebon
pada tanggal 15 Juni 2021
Rektor,

SUMANTA

TEMBUSAN:
1. Kepala Badan Pemeriksa Keuangan RI di Jakarta;
2. Sekretaris Jenderal Kementerian Agama RI.
   u.p. Kepala Biro Keuangan dan BMN di Jakarta;
3. Inspektur Jenderal Kementerian Agama RI di Jakarta;
4. Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI di Jakarta;
5. Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan di Bandung;
6. Kepala Kantor Pelayanan dan Perbendaharaan Negara di Cirebon;
7. Pejabat yang berwenang.

LAMPIRAN KEPUTUSAN REKTOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
NOMOR 1971 /In.08/R/TL.01/06/2021
TANGGAL 15 JUNI 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN DASAR PENGEMBANGAN PRODI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON TAHUN 2021

DAFTAR PENERIMA BANTUAN PENELITIAN DASAR PENGEMBANGAN PRODI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

NO	NAMA	JUDUL PENELITIAN	BESARAN BANTUAN
1	2	3	4
1	Itaristanti; Idah Faridah Laily;	Pemetaan Bahasa Cirebon (Kajian Dialektologi)	Rp. 21.000.000,-
2	Hartati;	Kontribusi Ulama Perempuan Kota Cirebon dalam Penyebaran Hadis dari Tahun 1945-2019 M.	Rp. 21.000.000,-
3	Aip Saripudin; Durtam;	Pengembangan Instrumen Non Tes pada Penilaian Aspek Perkembangan Motorik Anak Usia Dini dan Implementasinya dalam Pembelajaran PAUD di Kota Cirebon	Rp. 21.000.000,-
4	Edi Prio Baskoro; Sirojudin Wahid;	Pengembangan Buku Ajar Mata Kuliah Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi Pembelajaran (PPEP) Berbasis Ctl untuk Mahasiswa Tadris Matematika IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Rp. 21.000.000,-
5	Nurkholidah; Muhamad Zaenal M.;	Tracer Study Alumni Jurusan Ilmu Al-qur'an dan Tafsir (IAT) IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan Respon Stakeholder Terhadap Kompetensi dan Kinerja Lulusan Tahun 2018-2019	Rp. 21.000.000,-
6	Syibli Maufur; Heru Mudiyanto;	Pengembangan Aplikasi Mobile Learning Membaca Permulaan di Madrasah Ibtidaiyah	Rp. 21.000.000,-
7	Ina Rosdiana L.; Dede Cahyati Sahrir;	Potensi Kawasan Taman Nasional Gunung Ciremai sebagai Sumber Belajar Pendidikan Konservasi Berbasis Ensiklopedi Digital di Tadris Biologi IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Rp. 21.000.000,-
8	Nasehudin; Etty Ratnawati;	Persepsi Mahasiswa Terhadap Multikulturalisme di Era Revolusi Industri 4.0 (studi Kasus Mahasiswa Baru 2019/2020 IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Rp. 21.000.000,-
9	Wakhid Nashruddin; Nizar Ibnus;	Pengembangan E-Learning di Jurusan Tadris Bahasa Inggris IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Rp. 21.000.000,-
10	Anda Juanda; Suteja;	Manajememen Pengembangan dan Implementasi Hidden Curriculum di Perguruan Tinggi Kota Cirebon	Rp. 21.000.000,-
11	Nanin Sumiarni; Masriah;	Analisis Kesulitan Mahasiswa dalam Menyelesaikan Skripsi Presfektif Mahasiswa dan Dosen di Jurusan Pendidikan Bahasa Arab (PBA) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Rp. 21.000.000,-
12	Amir; Yoyoh Badriyyah;	Metode Penetapan Awal dan Akhir Ramadhan di Pondok Pesantren Maharesi Shiddiq Wanantara Cirebon	Rp. 21.000.000,-

Rektor,

SUMANTA

KEPUTUSAN REKTOR
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
Nomor: 1970 /In.08/R/TL.01/06/2021
TENTANG
PENERIMA BANTUAN PENELITIAN DASAR INTERDISIPLINER
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

REKTOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON,

Menimbang :
a. bahwa guna mendukung pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi berupa penelitian pada IAIN Syekh Nurjati Cirebon, maka perlu dilaksanakannya Kegiatan Penelitian Dasar Interdisipliner;
b. bahwa nama-nama sebagaimana tercantum dalam keputusan ini dipandang mampu untuk melaksanakan tugas sebagai peneliti;
c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan b, perlu ditetapkan Keputusan Rektor tentang Penerima Bantuan Penelitian Dasar Interdisipliner IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021;

Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengatahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara;
3. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara;
4. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
5. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 tentang Dosen;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
8. Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 66 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 11 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon;
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2020 tentang Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Perguruan Tinggi Keagamaan;
11. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 119/PMK.02/2020 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2021;
12. Surat Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 025.04.2.423532/2020 tanggal 23 November 2020 tentang Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun Anggaran 2021;

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Keputusan Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon tentang Penerima Bantuan Penelitian Dasar Interdisipliner IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021.

KESATU : Menetapkan nama-nama sebagaimana tercantum pada lampiran I kolom 2 (dua) sebagai Penerima Bantuan Penelitian Dasar Interdisipliner IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021, dengan jumlah sebagaimana tercantum pada kolom 4 (empat) yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keputusan ini.

KEDUA : Dalam melaksanakan kegiatan penelitian, para penerima bantuan penelitian berkewajiban untuk melaporkan kegiatan penelitian kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat IAIN Syekh Nurjati Cirebon;

KETIGA : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya jika dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Cirebon
pada tanggal 15 Juni 2021
Rektor,

SUMANTA

TEMBUSAN:
1. Kepala Badan Pemeriksa Keuangan RI di Jakarta;
2. Sekretaris Jenderal Kementerian Agama RI.
   u.p. Kepala Biro Keuangan dan BMN di Jakarta;
3. Inspektur Jenderal Kementerian Agama RI di Jakarta;
4. Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI di Jakarta;
5. Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan di Bandung;
6. Kepala Kantor Pelayanan dan Perbendaharaan Negara di Cirebon;
7. Pejabat yang berwenang.

LAMPIRAN KEPUTUSAN REKTOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
NOMOR 1970 /In.08/R/TL.01/06/2021
TANGGAL 15 JUNI 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN DASAR INTERDISIPLINER
IAIN SYEKH NURJATI CIREBON TAHUN 2021

DAFTAR PENERIMA BANTUAN PENELITIAN DASAR INTERDISIPLINER
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

NO	NAMA	JUDUL PENELITIAN	BESARAN BANTUAN
1	*2*	*3*	*4*
1	Yayah Nurhidayah; Eti Nurhayati;	Relasi Dosen-Mahasiswa dalam Interaksi Edukatif (Tinjauan Standtpoint Theory terhadap Praktek Pembelajaran di IAIN Syekh Nurjati Cirebon)	Rp. 30.000.000,-
2	Budi Manfaat; Herny Novianti;	Pengembangan Tes Bakat Keguruan Sebagai Alat Seleksi Masuk Program Sarjana Pendidikan	Rp. 30.000.000,-
3	Muhsin Riyadi;	Genealogi Lahn dalam Penggunaan Bahasa Arab Fusha di Cirebon (Kajian Sosiolinguistik, Pendidikan, dan Historis)	Rp. 30.000.000,-
4	Djohar Maknun; Muhimatul Umami;	Potensi Sumber Listrik Tenaga Sampah di Wilayah Cirebon	Rp. 30.000.000,-
5	Jaja Suteja; Muzaki;	Reorientasi Pendidikan Seks Berbasis Islam dalam Mewujudkan Sekolah Ramah Anak di Kabupaten Cirebon (Studi pada Sekolah-sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) dan Madrasah Ibtidaiyah Negeri (MIN) di Kabupaten Cirebon)	Rp. 30.000.000,-
6	Sitti Faoziyah; Tomy Saladin Azis; Anisul Fuad; Aan M. Burhanudin;	Analisis Pemanfaatan Dana Desa dan Pengembangan Aset Komunitas sebagai Upaya Penanggulangan Kemiskinan pada Wilayah Desa Tertinggal (Studi Kasus di Kabupaten Cirebon)	Rp. 30.000.000,-
7	R. Agus Abikusna; Suhatma;	Manajemen Mutu Total Perguruan Tinggi Agama Islam di Wilayah III Cirebon	Rp. 26.000.000,-
8	Dewi Fatmasari; Hafni Khairunnisa;	Valuasi Ekonomi pada Kawasan Destinasi Wisata Alam Cibulan Kabupaten Kuningan	Rp. 26.000.000,-
9	Naila Farah; Ilham Bustomi;	Konsep Syahadat dan Implikasinya terhadap Corak Keberagamaan Masyarakat (Studi Kasus Jama'ah Asy-Syahadatain di Pondok Pesantren Nurul Huda Munjul Kab. Cirebon)	Rp. 26.000.000,-
10	Didi Sukardi; Mohamad Rana;	Tingginya Angka Perceraian di Kabupaten Cirebon (Analisis Kritis terhadap Penyebab dan Alternatif Solusi Mengatasinya)	Rp. 26.000.000,-

Rektor,

SUMANTA

KEPUTUSAN REKTOR
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
Nomor: 1973 /In.08/R/TL.01/06/2021
TENTANG
PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TERAPAN PENGEMBANGAN NASIONAL
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

REKTOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON,

Menimbang :
a. bahwa guna mendukung pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi berupa penelitian pada IAIN Syekh Nurjati Cirebon, maka perlu dilaksanakannya Kegiatan Penelitian Terapan Pengembangan Nasional;
b. bahwa nama-nama sebagaimana tercantum dalam keputusan ini dipandang mampu untuk melaksanakan tugas sebagai peneliti;
c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan b, perlu ditetapkan Keputusan Rektor tentang Penerima Bantuan Penelitian Terapan Pengembangan Nasional IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021;

Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengatahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara;
3. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara;
4. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
5. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 tentang Dosen;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
8. Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 66 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 11 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon;
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2020 tentang Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Perguruan Tinggi Keagamaan;
11. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 119/PMK.02/2020 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2021;
12. Surat Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 025.04.2.423532/2020 tanggal 23 November 2020 tentang Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun Anggaran 2021;

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Keputusan Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon tentang Penerima Bantuan Penelitian Terapan Pengembangan Nasional IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021.

KESATU : Menetapkan nama-nama sebagaimana tercantum pada lampiran I kolom 2 (dua) sebagai Penerima Bantuan Penelitian Terapan Pengembangan Nasional IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021, dengan jumlah sebagaimana tercantum pada kolom 4 (empat) yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keputusan ini.

KEDUA : Dalam melaksanakan kegiatan penelitian, para penerima bantuan penelitian berkewajiban untuk melaporkan kegiatan penelitian kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat IAIN Syekh Nurjati Cirebon;

KETIGA : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya jika dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Cirebon
pada tanggal 15 Juni 2021
Rektor,

SUMANTA

TEMBUSAN:
1. Kepala Badan Pemeriksa Keuangan RI di Jakarta;
2. Sekretaris Jenderal Kementerian Agama RI.
   u.p. Kepala Biro Keuangan dan BMN di Jakarta;
3. Inspektur Jenderal Kementerian Agama RI di Jakarta;
4. Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI di Jakarta;
5. Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan di Bandung;
6. Kepala Kantor Pelayanan dan Perbendaharaan Negara di Cirebon;
7. Pejabat yang berwenang.

LAMPIRAN KEPUTUSAN REKTOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
NOMOR 1973 /In.08/R/TL.01/06/2021
TANGGAL 15 JUNI 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TERAPAN
PENGEMBANGAN NASIONAL IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

DAFTAR PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TERAPAN PENGEMBANGAN NASIONAL
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

NO	NAMA	JUDUL PENELITIAN	BESARAN BANTUAN
1	*2*	*3*	*4*
1	Asep Kurniawan; Ahmad Fauzi;	Model Pemecahan Masalah Lingkungan Berbasis Kearipan Lokal Masyarakat dan Lembaga Pendidikan di Kabupaten Cirebon	Rp. 30.000.000,-
2	Abdus Salam Dz; Wasman;	Manajemen Kreativitas Enterpreneur Industri Halal Menghadapi Persaingan Global (Studi Kasus Pegusaha UKM Produk Halal di Wilayah Cirebon)	Rp. 30.000.000,-
3	Indrya Mulyaningsih; Emah Khuzaemah;	Pengembangan Bahan Ajar BIPA (Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing) Berbasis Budaya Cirebon	Rp. 30.000.000,-
4	Ayus Ahmad Yusuf; Didin Nurul Rosidin;	Membangun Model Ekonomi Pesantren yang Berkelanjutan: Sebuah Pengalaman Empiris Pesantren-pesantren di Pulau Jawa	Rp. 30.000.000,-

Rektor,

SUMANTA

KEPUTUSAN REKTOR
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
Nomor: 1974 /In.08/R/TL.01/06/2021
TENTANG
PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TERAPAN KAJIAN STRATEGIS NASIONAL
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

REKTOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON,

Menimbang :
a. bahwa guna mendukung pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi berupa penelitian pada IAIN Syekh Nurjati Cirebon, maka perlu dilaksanakannya Kegiatan Penelitian Terapan Kajian Strategis Nasional;
b. bahwa nama-nama sebagaimana tercantum dalam keputusan ini dipandang mampu untuk melaksanakan tugas sebagai peneliti;
c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan b, perlu ditetapkan Keputusan Rektor tentang Penerima Bantuan Penelitian Terapan Kajian Strategis Nasional IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021;

Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengatahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara;
3. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara;
4. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
5. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 tentang Dosen;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
8. Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 66 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 11 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon;
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2020 tentang Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Perguruan Tinggi Keagamaan;
11. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 119/PMK.02/2020 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2021;
12. Surat Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 025.04.2.423532/2020 tanggal 23 November 2020 tentang Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun Anggaran 2021;

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Keputusan Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon tentang Penerima Bantuan Penelitian Terapan Kajian Strategis Nasional IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021.

KESATU : Menetapkan nama-nama sebagaimana tercantum pada lampiran I kolom 2 (dua) sebagai Penerima Bantuan Penelitian Terapan Kajian Strategis Nasional IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021, dengan jumlah sebagaimana tercantum pada kolom 4 (empat) yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keputusan ini.

KEDUA : Dalam melaksanakan kegiatan penelitian, para penerima bantuan penelitian berkewajiban untuk melaporkan kegiatan penelitian kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat IAIN Syekh Nurjati Cirebon;

KETIGA : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya jika dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Cirebon
pada tanggal 15 Juni 2021
Rektor,

SUMANTA

TEMBUSAN:
1. Kepala Badan Pemeriksa Keuangan RI di Jakarta;
2. Sekretaris Jenderal Kementerian Agama RI.
   u.p. Kepala Biro Keuangan dan BMN di Jakarta;
3. Inspektur Jenderal Kementerian Agama RI di Jakarta;
4. Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI di Jakarta;
5. Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan di Bandung;
6. Kepala Kantor Pelayanan dan Perbendaharaan Negara di Cirebon;
7. Pejabat yang berwenang.

LAMPIRAN KEPUTUSAN REKTOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
NOMOR 1974 /In.08/R/TL.01/06/2021
TANGGAL 15 JUNI 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TERAPAN KAJIAN STRATEGIS NASIONAL IAIN SYEKH NURJATI CIREBON TAHUN 2021

DAFTAR PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TERAPAN KAJIAN STRATEGIS NASIONAL
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

NO	NAMA	JUDUL PENELITIAN	BESARAN BANTUAN
1	*2*	*3*	*4*
1	Sri Rokhlinasari; Ridwan Widagdo;	Mitigasi Risiko Pengelolaan Zakat di Era Disrupsi dengan Pendekatan Erm-Coso Modifikasi	Rp. 30.000.000,-
2	Muslihudin; Mahfud;	Perspektif Moderasi Guru Pendidikan Agama Islam (PAI); (Relasi Agama dan Tantangan Pluralisme dalam Praktek Pembelajaran Materi PAI pada Sekolah Umum di Wilayah Ciayumajakuning)	Rp. 30.000.000,-

Rektor,

SUMANTA

NASKAH AKADEMIK
HASIL PENELITIAN

MANAJEMEN KREATIVITAS ENTERPRENEUR INDUSTRI HALAL MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL

(Studi Kasus Pegusaha UKM Produk Halal di Wilayah Cirebon)

Oleh:

Abdus Salam Dz.
Wasman

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021

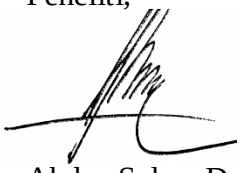
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Peneliti	:	Abdus Salam Dz. Wasman
Judul Penelitian	:	Manajemen Kreativitas Enterpreneur Industri Halal Menghadapi Persaingan Global**;** (Studi Kasus Pegusaha UKM Produk Halal di Wilayah Cirebon)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian ini merupakan hasil karya sendiri, benar keasliannya, bukan skripsi, tesis, ataupun disertasi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam karya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
Apabila ternyata di kemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau penjiplakan atas hasil karya orang lain, maka saya bersedia bertanggungjawab sekaligus menerima sanksi sesuai dengan aturan atau hukum yang berlaku termasuk mengembalikan seluruh dana yang telah saya terima kepada LP2M IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan.

Cirebon, 15 Desember 2021
Peneliti,



Abdus Salam Dz.
NIP. 195403111982031003

HALAMAN PENGESAHAN
NASKAH AKADEMIK HASIL PENELITIAN DOSEN

Judul Penelitian	:	Manajemen Kreativitas Enterpreneur Industri Halal Menghadapi Persaingan Global (Studi Kasus Pegusaha UKM Produk Halal di Wilayah Cirebon)
Klaster Penelitian	:	Penelitian Terapan dan Pengembangan Nasional
Ketua Peneliti:		
Nama Lengkap	:	Abdus Salam Dz.
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
NIDN	:	2011035401
Disiplin Ilmu	:	Ekonomi-Manajemen
Pangkat/Golongan	:	Pembina Utama Madya / IV d.
Jabatan	:	Guru Besar pada IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Fakultas/Jurusan	:	Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI)
Alamat Rumah	:	Jl.Kandangperahu no 27 RT 01 RW 11 Kel. Karya Mulya Kec. Kesambi Kota Cirebon. 45135
E-mail	:	abdussalamdz@gmail.com
Jumlah Anggota Peneliti	:	
Nama Anggota 1	:	Wasman
Nama Anggota 2	:	-
Lokasi Penelitian	:	Wilayah Cirebon (Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kuningan, Majalengka, Indramayu)
Jangka Waktu Penelitian	:	6 (enam bulan)
Sumber Dana Penelitian	:	DIPA IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021
Jumlah Biaya Penelitian	:	Rp. 30.000.000,- (Tiga Puluh Juta rupiah)

Cirebon, 15 Desember 2021
Ketua LP2M

Dr. H. Ahmad Yani, M.Ag
NIP. 19750119 200501 1 002

ABSTRAK

Industri produk halal berkembang di negara-negara yang bukan saja mayoritas Muslim, tetapi juga di negara-negara berpopulasi non-Muslim. Produk halal telah menjadi kebutuhan masyarakat Muslim dan non-muslim dari berbagai negara di dunia. Ini mengindikasikan bahwa industri halal memiliki potensi dan peluang pasar yang tinggi, domestik maupun global. Indonesia memiliki sumberdaya produksi sangat besar, namun belum dikelola UKM industri halal secara baik dan optimal, sebagai komoditas berbasis kearifan lokal maupun internasional, disebabkan masih lemahnya kemampuan berpikir kreatif (*mindset*) entrepreneur. Penelitian bertujuan, menemukan konsep manajemen praktis untuk pengembangan kemampuan berpikir kreatif (*mindset*) enterpreneur UKM industri halal yang berdaya saing di pasar domestik maupun global.

Metode penelitian dengan deskriptif Studi kasus (*Observasional Case Study*), pendekatan memadukan input data kualitatif dan kuantitatif sekaligus (*Mix Method*). Data primer kualitatif melalui wawancara kepada 25 informan UKM industri halal, dan Kuesioner kuantitatif (*Likert Scale*) 400 responden, sampel secara *Proportionate Stratified Random Sampling* dari populasi 90.279 entrepreneur di lima kabupaten dan kota Cirebon. Data dianalisis berdasarkan rata-rata (*mean*), jawaban responden diklasifikasi atau kategorisasi dalam rentang interval kelas: batas kelas atas – batas kelas bawah. Formula statistik Interval kelas/kategori C_i = R (selisisih rata-rata) : K (Jumlah Kelas).

Hasil penelitian menunjukkan, diukur dari 9 indikator, kreativitas entrepreneur rata-rata ‘baik’, namun 3 indikator menyangkut kemampuan berpikir kreatif (*mindset*), rata-rata kategori ‘buruk’ atau lemah. Artinya bahwa entrepreneur UKM industri halal di wilayah Cirebon secara umum memiliki kreativitas yang baik, namun rata-rata masih lemah atau kategori buruk dalam kemampuan berpikir kreatif (*mindset*). Konsep manajemen praktis untuk pengembangan berpikir kreatif (*mindset*) adalah implementasi Manajemen diri berbasis pembelajaran mandiri (*Self-Directed Learning*), metode problem solving, teknik *Lateral thinking*. Prakteknya; diawali pendampingan pelatihan, untuk motivasi agar bergairah tinggi dalam menerapkan pembelajaran mandiri dengan tehnik lateral thinking tersebut.

Keyword: *Entrepreneur, Industri halal, kreativitas, manajemen, daya saing*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas Ridla dan InayahNya jualah, sehingga dapat terselesaikannya salah satu tugas Tri Dharma Perguruan Tinggi, yakni penelitian yang telah dirampungkan dengan baik, walau harus berkejaran dengan suasana pandemi Covid-19. Terlaksananya kegiatan ini tidak sedikit bantuan dan support dari para pihak yang telah berkontribusi langsung maupun tidak langsung dalam banyak hal, terutama sokongan dana dari DIPA IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun Anggaran 2021, guna membiayai berbagai keperluan yang dibutuhkan selama dalam proses pelaksanaan penelitian. Oleh karena itu, Tim peneliti sangat bersyukur, dan patut mengucapkan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya para pihak, terutama kepada:

1. Rektor; Bapak Dr. H. Sumanta, MAg beserta jajarannya, yang dengan legalitasnya telah memberi kepercayaan dan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan tugas penelitian, sehingga dapat memenuhi kewajiban profesi Dharma penelitian sebagai Dosen di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Kepala LPPM; Dr. H. Ahmad Yani, MAg dan Kapuslit IAIN Syekh Nurjati; Dr. Budi Manfaat, MSi yang telah jerih payah mengurus segala keperluan administratif maupun finansial, sehingga dapat terlaksananya tugas penelitian ini dengan lancar.
3. Seluruh stakeholder baik internal maupun eksternal, yang telah terlibat langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan penelitian.

Akhirnya, semoga semua amal budi baik yang dijariahkan demi terselesaikannya tugas penelitian ini, benar-benar dicatat sebagai amalan shalih di sisi Allah swt, dan mendapat balasan yang setimpal atas segala yang didedikasikannya. Semoga hasil karya ini dapat memberikan manfaat bagi tim peneliti khususnya, maupun dunia akademis serta para stake-holder UKM industri halal pada umumnya.

Cirebon, 15 Desember 2019

Tim Peneliti,

Abdus Salam Dz.
Wasman

DAFTAR ISI

Hal.

ABSTRAK ii
UCAPAN TERIMA KASIH iii
DAFTAR ISI iv

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat / Kegunaan Hasil Penelitian 6
E. Penelitian Terdahulu 6

BAB II LANDASAN TEORI
A. Industri Halal 9
B. Kreativitas: Konsep dan Teori 11
C. Kreativitas Entrepreneur 17
D. Manajemen Kreativitas 28
E. Kerangka Konseptual 32

BAB III METODE PENELITIAN
A. Pendekatan Penelitian 34
B. Metode Penelitian 34
C. Jenis Penelitian 35
D. Populasi dan Sampel 35
E. Pengumpulan Data 37
F. Analisis Data 38

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Hasil Penelitian 39
1. Profil Entrepreneur Produk Halal di Wilayah Cirebon 39
2. Hasil Pengumpulan Data 42
3. Deskripsi Data 44
4. Analisis Data 46
B. Pembahasan 49
1. Temuan Penelitian 49
2. Manajemen Pengembangan Kreativitas Entrepreneur 52
a. Manajemen Diri Berbasis Pembelajaran Mandiri 55
b. Pembelajaran Mandiri Berbasis Lateral Thinking 60
c. Motivasi 63

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 67
B. Rekomendasi 68

DAFTAR RUJUKAN 69

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

	Hal.
Tabel 1.1. Total Pendapatan dan Estimasi (2024) setiap sektor indsutri halal	2
Tabel 1.2. 15 Negara yang memiliki GIE tertinggi	2
Tabel 3.1. Sampel Penelitian	33
Tabel 3.2. Interval Kategori	35
Tabel 4.1. Hasil Pengumpulan Data	39
Tabel 4.2. Penetapan Interval Kategori	42
Tabel 4.3. Rekapitulasi Rata-rata Indikator Kreativitas	42
Tabel 4.4. Peringkat Nilai rata-rata Indikator Kreativitas	43
Gambar 2.1. Prudoction process produk halal	10
Gambar 2.2. Elemen-elemen Kreativitas menurut Guilford (1950)	15
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual Manajemen Kreativitas Entrepreneur	30
Gambar 4.1. Garrison's Model For SDL	50

Nakah Akademik ini merupakan hasil penelitian yang didanai oleh Kementerian Agama Republik Indonesia, melalui Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri (BOPTN) DIPA IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun Anggaran 2021

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Tidak hanya kemajuan teknologi yang sedang masif dalam memasuki era 4.0, perkembangan industripun bergerak dengan gencar untuk berpacu merebut peluang varian permintaan (*demand*) produk dan pola hidup konsumerisme di kalangan masyarakat domestik maupun global. Bahkan beberapa negara di dunia termasuk Indonesia telah kompetitif mengembangkan produk-produk industri halal.

Industri halal dalam ekonomi Islam didefinisikan sebagai "sektor produk/jasa inti" yang secara struktural dipengaruhi oleh etika dan hukum Islam. Hukum Islam yang mendukung istilah "halal" atau izin secara langsung mempengaruhi produk dan layanan utama yang ditawarkan di banyak sektor ekonomi, termasuk: Makanan, keuangan, pakaian, pariwisata, media, rekreasi, farmasi, kosmetik. Banyak nilai-nilai Islam, dari yang menitik beratkan pada keadilan dan pemerataan praktik bisnis hingga yang mempromosikan amal dan tanggung jawab sosial, sejalan dengan nilai-nilai etika dan moral yang dianut oleh orang-orang di seluruh dunia, melampaui batas agama dan budaya.

Dengan sektor-sektor inilah sebagai penggerak utama dalam membentuk pertumbuhan ekonomi Islam global. Demografi Muslim adalah salah satu pendorong sisi permintaan terkuat untuk pertumbuhan ekonomi Islam ini. Menurut forum *Pew Research Center* yang menyoroti agama dan kehidupan publik, menyatakan bahwa populasi Muslim global yang mencapai 1,9 miliar pada tahun 2019, diperkirakan akan tumbuh dua kali lebih cepat dari populasi dunia secara keseluruhan, akan mencapai tiga miliar pada tahun 2060, dan akan mewakili 31,1% dari populasi global (Departement of Economc and Social affairs, 2015).

Perkembangan industri halal bukan hanya terjadi di negara-negara yang mayoritas berpenduduk Muslim, di negara-negara berpenduduk mayoritas Non Muslim pun mengalami perkembangan yang cukup signifikan, seperti Thailand, Korea selatan, Meksiko, Jepang, dan Spanyol. Malaysia merupakan pesaing yang telah lebih dahulu memiliki sertifikat halal dan penerapan syariah secara menyeluruh di negara tersebut. Indonesia harus bersaing dengan negara yang sudah membenahi diri untuk ikut berperan aktif dalam pengembangan industri halal. Indonesia harus memiliki pengelolaan industri halal yang lebih baik untuk memenangkan pangsa pasar yang sangat besar ini.

Berdasarkan laporan dari *State of The Global Islamic Economy*[1]pada tahun 2020 total pendapatan pada tahun 2019 dan estimasi pendapatan pada tahun 2024 pada setiap sektor dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Total Pendapatan dan Estimasi (2024) setiap sektor indsutri halal

Sektor	Total Pendapatan ($) 2019	Estimasi Pendapatan ($) 2024
Makanan halal	1,369 Bn	1,972 Bn
Keuangan	2,438 Bn	3,809 Bn
Travel	189 Bn	274 Bn
Fashion	283 Bn	402 Bn
Obat & Kosmetik	148 Bn	221 Bn
Media & Hiburan	220 Bn	309 Bn
Healthcare	436 Bn	
Pendidikan	402 Bn	

Source: State Of The Global Islamic Economy Report 2020/21.

Adapun negara-negara di dunia yang memiliki nilai GIE (*Generate Islamic Economy*) tertinggi dalam industri halal dengan urutan sebagai berikut;

Tabel 1.2.
15 Negara yang memiliki GIE tertinggi
Indicator Score Breakdown For Top 15 Ranking Countries

	Country	GIEI	Halal food	Islamic Finance	Muslim Friendly Travel	Modest Fashion	Pharma & Cosmetic	Media & Recreation
1.	Malaysia	290.2	209.8	389.0	98.3	43.7	80.2	59.9
2.	Saudi Arabia	155.1	51.1	234.2	36.8	22.1	33.4	34.7
3.	UAE	133.0	104.4	142.5	78.3	235.6	72.1	125.3
4.	Indonesia	91.2	71.5	111.6	45.3	57.9	47.5	43.6
5.	Jordan	88.1	39.6	124.6	43.3	18.5	39.1	31.6
6.	Bahrain	86.9	42.2	121.9	31.9	16.7	33.5	42.3
7.	Kuwait	73.3	42.2	99.2	27.1	17.5	33.3	40.8
8.	Pakistan	70.9	54.7	91.1	23.6	30.6	32.5	12.9
9.	Iran	64.0	60.5	74.0	28.8	33.5	55.9	26.6

[1]Lihat *State Of The Global Islamic Economy Report* 2020/21, Driving The Islamic Economy Revolution 4.0: Produced by Dinar Standard, p. 6-10

10.	Qatar	63.1	44.3	80.1	36.7	20.3	32.1	40.2
11.	Oman	60.0	47.1	73.4	33.2	28.7	33.5	35.3
12.	Turkey	55.9	70.7	49.9	62.7	75.1	43.3	34.6
13.	Nigeria	53.1	20.7	76.6	14.1	19.8	21.6	16.7
14.	Sri Lanka	49.2	27.3	66.6	13.3	26.2	20.1	18.4
15.	Singapore	47.4	125.2	16.9	42.6	30.6	62.9	46.8

Source: State Of The Global Islamic Economy Report 2020/21

Hasil survey *Pew Research Center's Forum on Religion and Public Life* 2018[2], bahwa perkembangan pasar secara global produk-produk halal akan terus meningkat seiring dengan terus meningkatnya populasi Muslim yang hingga tahun 2030 diproyeksikan menjadi 2,2 miliar dari saat ini 1,7 miliar. Pertumbuhan kebutuhan masyarakat akan produk halal akan meningkat rata-rata 15,5 % pertahun selama 2017-2021. Total pasar produk halal global bernilai lebih dari 3,6 – 5 triliun dolar hingga tahun 2020. Merujuk data *State of The Global Islamic Economy* (2020/2021) terbaru bahwa nilai perdagangan produk halal tahun 2019/20 mencapai US$ 3,7 triliun setara dengan Rp 49,054,11 triliun. Saat ini pasar halal dunia masih didominasi negara-negara non Muslim, Indonesia masih menjadi target impor.

Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekonomi syariah sebagai arus perekonomian baru, yang berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi di dunia. Tumbuhnya kesadaran terhadap produk halal tersebut diyakini karena kenyamanan, kesehatan dan tidak membahayakan. Karena itu kebutuhan terhadap produk halal bukan hanya menjadi preferensi penduduk muslim dunia, tetapi juga bagi kalangan non muslim. Salah satu tuntutan bagi gaya hidup halal adalah *Halal by design*, yaitu sebuah pendekatan dalam merancang untuk memproduksi bahan atau produk halal dengan kemampuan kreativitas dan inovasi yang tinggi. Halal by design diawali dengan perencanaan, pemilihan bahan halal, produksi dan penjaminan produk halal yang berbasis manajemen halal sesuai syariat Islam.

Sebagai produk unggulan yang sedang memasuki trend perkembangan di tingkat lokal, regional maupun global, industri halal menghadapi persaingan yang ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan di area pasar global yang bebas, para enterpreneur industri halal tidak bisa mempertahankan cara-cara konvensional tersebut tanpa melakukan kreativitas dan inovasi yang tinggi agar dapat berpikir maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru dan melakukan terobosan-terobosan,

[2]Lihat *Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life 2018*. from http: //www.pewforum.org. (2018)

sehingga dapat menghasilkan produk-produk dan layanan berkualitas, yang dapat menjadikan daya tarik serta membangun keunggulan bersaing.

Di Inonesia, komoditas produk halal sebagian besar diproduksi Usaha kecil dan Menengah (UKM) yang jumlahnya mencapai 62,9 juta. Karena itu enterpreneur UKM industri halal sangat berpeluang untuk memenuhi permintaan pasar domestik maupun global. Laporan Direktur Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) menyebutkan bahwa hingga tahun 2018 jumlah produk yang dinyatakan halal tercatat 727,617 buah, jumlah perusahaan bersertifikat halal 59,951 unit dan jumlah pemegang sertifikat halal tercatat 69,985 buah. Berbagai temuan mengungkap beberapa permasalahan klasik yang dihadapi UKM di Indonesia. Kendala utama ke pasar global adalah talent (SDM) yang terkait dengan kreativitas dan inovasi, terutama di bidang teknis produksi, pemasaran, dan layanan. Hasil survei BPS tahun 2016 menunjukkan bahwa kelemahan UKM dalam pemasaran produk antara lain kurangnya keterampilan teknis (kreativitas) dan kontrol.

Martin Prosperity Institute *(The Global Creativity Index 2015*) menyuguhkan fakta bahwa hasil pengukuran terhadap kemampuan kreativitas masyarakat dunia melalui tiga dimensi utama; teknologi, talent dan toleransi, indeks kreativitas Indonesia berada pada tingkat paling rendah, yaitu peringkat 115 dari 139 negara yang diteliti. Ini meng-indikasikan pentingnya meningkatkan kemampuan kreativitas, terutama para pelaku usaha menengah-kecil industri halal.

Pentingnya kreativitas bagi seorang enterpreneur telah banyak dikaji dari berbagai literatur, salah satunya adalah Zimmerer (1996) menegaskan bahwa sukses enterpreneurship akan dicapai jika mau berpikir dan melakukan yang baru atau sesuatu yang lama dengan cara-cara baru (*thinking and doing new things or old thing in new way*). Kreatif dan inovatif adalah karakteristik persoanal yang terpatri kuat dalam diri seorang wirausahawan sejati, disamping sifat-sifat lainnya. Bisnis yang tidak dilandasi kreatif dan inovatif biasanya tidak dapat berkembang secara lestari (*sustained*). Hal ini disebabkan karena lingkungan bisnis yang begitu dinamis menuntut wirausaha untuk selalu adaptif dan mencari terobosan terbaru. Pasar bisa cepat berubah (perilaku konsumen, persyaratan mutu, persaingan, kondisi ekonomi dsb). Dalam lingkungan bisnis global seperti dewasa ini, perubahan terjadi begitu cepat. Maka diperlukan SDM perusahaan atau wirausahawan yang kreatif dan inovatif, yaitu yang dapat mengantisipasi dan merespons cepat terhadap perubahan tersebut.

Pemikiran kreatif berhubungan secara langsung dengan penambahan nilai, penciptaan nilai, serta penemuan peluang bisnis. Pola

berpikir kreatif juga dibutuhkan untuk menggambarkan keadaan masa depan, di mana seorang wirausaha akan beroperasi, juga akan memberikan gambaran yang tidak dapat dihasilkan oleh eksplorasi terhadap trend masa kini. Karena pemikiran kreatif berhubungan secara langsung dengan pertambahan nilai serta penemuan peluang bisnis. Pola pemikiran kreatif juga dibutuhkan untuk menggambarkan keadaan masa depan.

Saat ini berbagai hasil inovasi yang dihasilkan dari kreativitas enterpreneur menjadi produk dan jasa yang unggul. Wirausaha melalui kreatif dan inovatif menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa, yang pada gilirannya menimbulkan keunggulan bersaing. Perusahaan seperti Microsoft, Sony, dan Toyota Motor merupakan contoh perusahaan yang sukses produknya karena sejak awal selalu berkreasi dan berinovasi di bidang teknologi. Untuk menjadi enterpreneur kreatif, dalam pencapaian nya diperlukan manajemen kreativitas yang efektif dan efisien.

B. Rumusan Masalah

Industri produk halal telah berkembang di negara-negara yang bukan saja mayoritas berpenduduk Muslim, tetapi banyak didominasi oleh negara-negara non Muslim. Demikian juga konsumen produk halal bukan hanya dari kalangan masyarakat muslim tetapi juga telah menjadi kebutuhan masyarakat non muslim dari berbagai negara di dunia. Hal ini mengindikasikan bahwa industri halal memiliki potensi dan peluang pasar yang besar baik domestik maupun global. Indonesia memiliki kekayaan sumberdaya alam yang sangat besar, namun belum dikelola oleh UKM industri halal dengan baik secara optimal untuk berbagai jenis komoditas halal bercorak kearifan lokal maupun internasional.

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan, didukung oleh data *The Global Creativity Index 2015* di atas, fenomena menunjukkan bahwa dalam realitas para enterpreneur industri halal di tingkat nasional maupun lokal kurang memiliki kemampuan berpikir kreatif atau mindset, terutama untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di pasar domestik maupun global. Untuk dapat merebut peluang pasar potensial ini diperlukan pengembangan kemampuan berpikir kreatif para enterpreneur yang berdaya saing. Karena itu, *Bagaimana mengembangkan kemampuan kreativitas enterpreneur UKM industri halal ini untuk dapat merebut peluang pasar domestik dan global?* Jawaban atas persoalan ini memerlukan dilakukannya penelitian secara komprehenship dan mendalam, yang dirumuskan dalam sebuah tema: *Manajemen Kreativitas*

Enterpreneur Industri Halal Menghadapi Persaingan Global (*Studi Kasus Pegusaha UKM Produk Halal Di Wilayah Cirebon*).

C. Tujuan Penelitian

Untuk menemukan konsep manajemen praktis pengembangan kemampuan berpikir kreatif enterpreneur UKM industri halal yang berdaya saing di pasar domestik dan global.

D. Manfaat Hasil penelitian

Dijadikan konsep pengembangan kemampuan berpikir kreatif yang dapat diimplementasikan sebagai kerangka pengembangan perilaku kreatif bagi para enterpreneur UKM industri halal, khususnya di wilayah Cirebon dalam mengembangkan usahanya, agar menghasil kan produk-produk berdaya saing di pasar domestik maupun global.

E. Penelitian Sebelumnya

Untuk mendukung kebenaran dan orisinalitas penelitian ini, penulis telah mengkaji beberapa hasil penelitian sebelumnya dari berbagai pihak, dengan mencermati kesamaan dan perbedaan hasil penelitiannya, yang dirangkum sebagai berikut:

No	Peneliti	Hasil	Gap Analysis
1	Harsoyo Dwijo Wiyono, Tedy Ardiansyah, Tarmizi Rasul (2000). *Kreativitas Dan Inovasi Dalam Berwirausaha*.	Usaha yang dijalankanharus menciptakan positioning khusus untuk konsumen yang dilayaninya. Dalam keadaan seperti sekarang ini seorang pengusaha juga harus dapat memanfaatkan teknologi dalam penjualan produk dan jasanya, yaitu penjualan lewat online, sehingga jangkauan pemasarannya lebih luas lagi. Maka hal tersebut akan dapat meningkatkan keuntungan nya dan perusahaan bisa survive di tengah pandemi Covid 19.	Hasil penelitian tentang kreativitas menyangkut dengan teknologi pemasaran sebagai solusi alternatif. Hal ini berbeda dengan penelitian Manajemen Kreativitas yang diusulkan, yaitu terkait dengan pengembangan berpikir kreatif entrepreneur UKM sebagai konsep manajemennya.

2	Louis Utama, Oey Hannes Widjaja, Yenny Lego. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada UKM Industri Kreatif Dengan Kapasitas Inovatif Sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemik Covid-19*	Penelitian menunjukkan pentingnya suatu orientasi kewirausahaan dalam mengenali peluang untuk menciptakan nilai dari sebuah produk maupun non produk dalam sebuah perusahaan, dan peran inovatif yang dapat berhasil memanfaatkan peluang tersebut dengan baik.	Penelitian terhadap UKM Industri kreatif menekankan pada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif melalui inovasi. Berbeda dengan penelitian yang diusulkan, yaitu terkait dengan pengembangan berpikir kreatif entrepreneur UKM sebagai konsep manajemennya.
3	Fatkhurahman, Hadiyati (2021). *Kreativitas Berwirausaha Dan Dampak nya Pada Motivasi Praktek Kewirausahaan Mahasiswa..*	Kesimpulan bahwa terbukti kreativitas berwirausaha mahasiswa dalam berinovasi menghasilkan produk baru dan unik berpengaruh signifikan terhadap motivasi mahasiswa dalam melaksanakan praktek kewirausahaan sehingga mahasiswa memiliki pengetahuan yang baik dan pengalaman yang berguna sebelum masuk ke dunia bisnis yang sebenarnya.	Penelitian tentang kreativitas berwirausaha berdampak terhadap motivai mahasiswa. Berbeda dengan penelitian yang diusulkan, yaitu terkait dengan pengembangan berpikir kreatif entrepreneur UKM sebagai konsep manajemennya.
4	Didip Diandra (2019). *Menggali Potensi Kreatifitas Dalam Kewirausahaan.*	Kreatifitas adalah sebuah keharusan dalam berwirausaha. Kreatifitas merupakan bagian dari kegiatan kewirausahaan. Dalam prosesnya, berpikir out of the box adalah faktor yang paling dominan dalam menghasilkan dan menggali potensi kreatifitas dalam kewirausahaan. Sejatinya, ia dianggap merangkul semua sumber kreatifitas seperti imajinasi, inovasi, dan kegilaan pada saat terdesak.	Penelitian ini dalam upaya penggalian kreativitas dalam berwirausaha, Berbeda dengan penelitian yang diusulkan, yaitu terkait dengan pengembangan berpikir kreatif entrepreneur UKM sebagai konsep manajemennya.
5	Esy Nur Aisyah	Kesimpulan dari penelitian	Penelitian ini

	(2021). *Analisis Tingkat Kreativitas Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Komunitas Entrepreneur*.	ini, bahwa pembelajaran berbasis Proyek (*Project-Based Learning*) dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa secara signifikan, dalam kategori tinggi.	merupakan tindakan analisis terhadap kreativitas melalui suatu program entrepreneur, Berbeda dengan penelitian yang diusulkan, yaitu terkait dengan pengembangan berpikir kreatif entrepreneur UKM sebagai konsep manajemennya.
6	Muslikh (2018) *Upaya Mengembangkan Kreativitas untuk Meningkatkan Daya saing dan Kinerja Bisnis UKM di DKI Jakarta*.	Penelitian yang berorientasi pasar memberikan efek positif bagi orientasi kewirausahaan, dan pasar orientasi berpengaruh signifikan terhadap inovasi, berbagi pengetahuan dan kompetensi berpengaruh signifikan terhadap kreativitas, inovasi dan kreativitas pengaruh signifikan terhadap daya saing dan daya saing berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar.	Pengembangan kreativitas dalam penelitian ini dalam upaya meningkatkan daya saing dan kinerja UKM, Berbeda dengan penelitian yang diusulkan, yaitu terkait dengan pengembangan berpikir kreatif entrepreneur UKM sebagai konsep manajemennya.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Industri Halal

Thomson Reuters bekerja sama dengan Dinar Standard yang termuat di dalam *The State of the Global Islamic Economy Report* edisi 2020/21 menyebutkan, bahwa ekonomi halal terdiri dari sektor-sektor yang produk dan layanan utamanya secara struktural dipengaruhi oleh hukum Islam, didorong oleh nilai-nilai, gaya hidup konsumen dan praktik bisnis. Selain itu, disebutkan bahwa terminologi ekonomi halal termasuk juga ekonomi Islam dan Industri Halal itu sendiri.

Secara terminologi, industri halal diartikan sebagai kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang diizinkan oleh syariah Islam. Di Indonesia, industri halal antara lain sudah diatur di dalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Undang-undang tersebut bertujuan untuk menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama masing-masing, dimana negara berkewajiban untuk memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk.

Undang-undang tersebut mempertegas bahwa produk yang beredar di Indonesia tidak hanya makanan dan minuman, melainkan juga kosmetik, obat-obatan, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasaan, barang gunaan yang dipakai, digunakan, dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Selain itu, Undang-undang ini juga mengatur tentang jasa halal, termasuk pariwisata, travel, media, entertain serta industri keuangan syariah. Saat ini, halal menjadi"*lifestyle"* di kalangan masyarakat, bahkan industri-industri di Indonesia berbondong-bondong mengenakan label maupun *tagline* untuk memperkuat *brand image* produk dan perusahaannya dengan sebutan halal, seperti produsen kosmetik tertentu mengenalkan sebagai kosmetik halal;"*Halal dari Awal*, produsen es krim tertentu (industri makanan dan minuman) memberi tagline"*Halal Food is Quality Food*"produsen pakaian tertentu (industri fasion) mengenalkan kerudung bersertifikat halal pertama di Indonesia dengan "*Cantik, Nyaman, Halal*". Produsen deterjen tertentu meluncurkan produk deterjen halal pertama di Indonesia yang diberi nama Total Almeera; dan produsen kesegaran tubuh membranding dengan tagline "*Halal dan Hangatnya Selalu bikin* Fresh".

Industri halal yang pada mulanya lahir sebagai kebutuhan konsumen muslim akan produk pangan yang halal, kini berkembang seiring berkembangnya kesadaran Umat Islam akan pentingnya mengaplikasikan

nilai-nilai syariah dalam kehidupan yang lebih luas. Hal ini bisa dilihat dengan semakin berkembanganya ekonomi syariah, bank syariah, wisata halal dengan segala pirantinya. Bahkan berdampak kepada menjadi kebutuhan masyarakat non-Muslim di belahan dunia.

Hal tersebut akan menjadi tantangan tersendiri dalam pengembangan industri halal di Indonesia, meskipun mulai 17 Oktober 2019 sudah menjadi kewajiban (*mandatory*) bahwa seluruh produk yang beredar di Indonesia wajib tersertifikasi halal. Kondisi ini pada akhirnya menjadikan pelaksanaan UU Jaminan Produk Halal memberikan kelonggaran bagi pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal. Kelonggaran berupa penahapan tersebut wajar diterapkan karena masih banyak masyarakat atau pelaku UKM belum mengerti tentang sertifikasi halal. Kondisi tersebut, secara tidak langsung akan berdampak pada pencapaian pengembangan industri halal di Indonesia, yang pada akhirnya akan memperlambat fokus pengembangan industri halal.

Untuk menghadapi persaingan pasar global, industri produk halal harus mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar. Karena itu enterpreneur industri halal dituntut memiliki kreativitas untuk dapat berinovasi yang adaptif dalam produksi, pelayanan maupun pemasarannya. Untuk mengembangkan kreativitas enterpreneur dan berinovasi ini telah banyak teori yang mengarahkannya.

Enterpreneurship erat kaitannya serta berguna dalam proses produksi industri, terutama dalam industri produk halal. Dinyatakan oleh Mannan (1984) yang merupakan teori produksi dalam Islam bahwa produksi merupakan upaya kerja sama antara anggota masyarakat untuk menghasilkan barang dan jasa untuk kesejahteraan ekonomi mereka. Ini menunjukkan pentingnya persaudaraan untuk menghasilkan kerja sama, bukan persaingan, di antara agen ekonomi dalam proses produksi. Dalam hal ini, pusat agen ekonomi adalah "individual melalui kelompok", yang dapat dilihat sebagai versi moderat dari sistem kapitalisme dan sosialisme. Mannan lebih lanjut menjelaskan kelebihan produksi diperlukan dalam ekonomi Islam untuk memastikan kecukupan ketentuan untuk generasi sekarang dan masa depan. Mannan juga mendefinisikan produksi sebagai proses sosial.

Dalam kasus ini, berbeda dengan pendekatan neoklasik, Mannan menyoroti perlunya kriteria distributif untuk menentukan keputusan produksi. Ini menunjukkan pentingnya proses produksi untuk menyediakan kebutuhan dasar bagi semua anggota dalam masyarakat, khususnya bagi kaum miskin. Oleh karena itu, produksi tidak hanya didasarkan pada harga pasar, tetapi juga berdasarkan rencana negara yang melayani dasar kebutuhan manusia. Haneef (1995) merangkum diagram

yang berkaitan dengan konsep produksi yang diusulkan oleh Mannan seperti yang terlihat pada Gambar berikut:

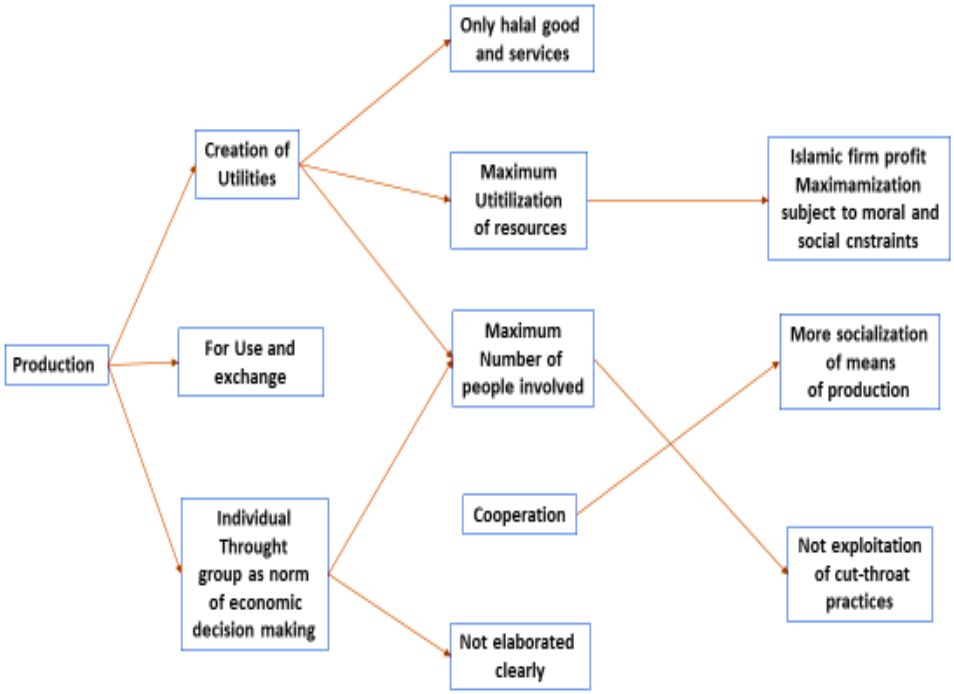


Figure: Islamic production Concept according to Mannan

Gambar 1. *Prudoction process*, Source: Haneef (1995).

B. **Kreativitas:** Konsep dan Teori

Kreativitas, kemampuan untuk menciptakan atau daya cipta. Kreativitas bermakna sebagai kreasi terbaru dan orisinil yang tercipta. Kreativitas merupakan proses mental yang unik untuk menghasilkan sesuatu yang baru, berbeda, sekaligus orisinal. Kreativitas membantu mengatasi ketidakpastian dan ambiguitas dalam pengambilan keputusan di lingkungan internal dan eksternal. Kewirausahaan cocok dengan jalur penemuan kreatif yang fleksibel dan eksploratif ini, di mana solusi tidak harus rumit. Tujuan dari kreativitas ini adalah untuk menciptakan ide atau hal baru, menerapkan solusi dari hasil dan berpikir kreatif terhadap masalah dan peluang, untuk meningkatkan atau memperbaiki sesuatu, serta menghasilkan sudut pandang baru terhadap suatu masalah.

Meningkatnya efek globalisasi, mendorong kebutuhan akan kreativitas yang lebih besar di pasar, bersamaan dengan meningkatnya peluang, tetapi juga dengan tingkat kompetisi yang kuat. Karena itu,

kreativitas merupakan aktivitas intelektual dan proses berpikir yang menciptakan ide-ide baru untuk memecahkan masalah yang ada. Kreativitas sebagai produksi kerja baru, ide-ide yang berguna atau solusi masalah, dan karenanya ia sebagai kemampuan untuk menghasilkan karya yang baru, asli, tak terduga, dan tepat, serta berguna. Esensi kreativitas terletak pada melahirkan kebaruan serta kegunaannya, dan itu adalah kunci dari kreativitas. Kreativitas telah dinilai sebagai kemampuan universal yang dapat diterapkan dalam situasi sehari-hari.

Kreativitas mencakup dua dimensi. Dimensi pertama adalah kebaruan gagasan; itu adalah fenomena dalam kehidupan sehari-hari, dan oleh karenanya siapa pun dapat berkreasi sebagai aspek penting dari kontribusinya terhadap lingkungan bisnis, dan semua orang harus terlibat dalam proses kreatif. Dimensi kedua adalah kegunaan, dengan pengertian yang mengacu pada bahan atau metode praktis untuk menilai kegunaan ide-ide baru. Kreativitas individu dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk berpikir di luar yang jelas dan menghasilkan sesuatu yang baru dan sesuai. Kreativitas dapat dilihat sebagai proses mental yang menghasilkan konsep atau ide baru dan berguna, atau bisa juga hubungan inovatif antara ide atau konsep yang ada (Houran,J.& Ference, G.A. (2006). Kreativitas adalah proses, produk, atau karya orang kreatif yang melibatkan konsep-konsep baru berguna. Kreativitas berarti keyakinan akan ide-ide baru dan mewujudkannya dalam bentuk produk atau layanan baru (Petrowski, M.J, 2000: 304-312).

Kreativitas memungkinkan seseorang untuk mengambil keuntungan dari peluang yang berkembang sebagai hasil dari perubahan kondisi lingkungan. Walaupun perlu juga dicatat bahwa profitabilitas harus diukur tidak hanya dalam istilah moneter, tetapi juga dalam kaitannya dengan dimensi seperti kekayaan sosial atau modal. Kontribusi kewirausahaan untuk kreativitas dapat membantu dalam melanggar aturan konvensi, Jadi penting untuk mengadopsi perspektif yang lebih holistik ketika mencoba untuk memahami esensi kreativitas kewirausahaan, daripada upaya untuk melihatnya semata-mata sebagai sebuah proses fenomena secara terpimpin. Kelangsungan hidup dan persaingan antara kebutuhan pengusaha untuk meluncurkan produk kreativitas dan inovasi mereka dengan layanan. Oleh karena itu, diperlukannya kreativitas dan inovasi merupakan strategi penting dalam kewirausahaan.

Kreativitas atau berpikir kreatif pada dasarnya dapat dilakukan oleh siapa saja yang mau memilikinya. Namun untuk menjadi kreatif tidak cukup dengan berpangku tangan menunggu turunnya ilham. Kreativitas menuntut banyak usaha keras dan mensyaratkan persiapan matang (Colin et al, 2002: 275).

Kreativitas adalah suatu potensi yang dimiliki oleh setiap manusia, dan bukan diterima dari luar individu. Pada dasarnya kreativitas yang dimiliki oleh setiap individu ini lahir bersama lahirnya manusia tersebut. Kreativitas merupakan hasil interaksi antar individu dengan lingkungan nya, merupakan kemampuan baru berdasarkan informasi, data atau unsur yang telah ada atau dikenal sebelumnya, yaitu semua pengalaman dan pengetahuan yang sudah terproses selama hidupnya. Karena itu, kreativitas dapat dipandang sebagai proses, produk dan pribadi.

Kreativitas dikatakan sebuah proses yang menghasilkan sesuatu yang baru. Proses berkreasi merupakan bagian terpenting dalam pengembangan kreativitas. Adapun kreativitas dikatakan sebagai produk, yaitu merupakan upaya kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru atau orisinal atau hasil elaborasi yang inovatif. Suatu karya dapat dikatakan kreatif, manakala suatu ciptaan yang baru atau orisinal dan bermakna dari individu atau bagi lingkungannya. Sedang kreativitas itu dikatakan pribadi, kreativitas mencerminkan keunikan invidu dalam pikiran atau ungkapan-ungkapannya. Ia tidak merasa terikat pada nilai-nilai dan norma-norma umum yang berlaku. Kreativitas dapat berwujud berupa ide, produk dan/atau gagasan.

Pentingnya kreativitas karena kemampuannya menghasilkan kerja baru dan ide-ide tepat untuk memecahkan masalah yang kompleks, untuk meningkatkan efisiensi dan untuk meningkatkan keseluruhan efektivitas (DiLiello, et al, 2008: 37-46). Kreativitas mencakup dua prinsip: 'menemukan masalah', dan 'memecahkan masalah', dan kreativitas membutuhkan beberapa keterampilan dan bakat. Dengan demikian, berpikir kreatif tidak konvensional dan memerlukan modifikasi atau menolak ide-ide yang ada (Herbig, et al,1996:63-71). Kreativitas individu memiliki dua aspek umum yang merupakan upaya kreatif dan hasil kreatif. Kreativitas individu dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk berpikir di luar yang jelas dan menghasilkan sesuatu yang baru dan sesuai (Nayak, A., 2008: 421). Kreativitas dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: menciptakan sesuatu yang baru, menggabungkan sesuatu secara bersama-sama, dan meningkatkan atau mengubah hal-hal (Mikdashi, T. (1999: 47-55). Ini dianggap sebagai istilah utama di berbagai bidang mulai dari seni rupa dan arsitektur, hingga psikologi, sosiologi, ekonomi, sains, teknik, dan terakhir manajemen. Penerapan kreativitas dalam pemasaran dapat memberikan tambahan nilai untuk layanan atau produk, lebih dari aspek nyata atau jelas karakteristik produk atau jasa tersebut (Sadi, M.A.2008: 574-599).

Orang yang kreatif mampu mengobservasi situasi dan masalah-masalah yang sebelumnya tidak diperhatikan orang. Orang kreatif mampu

membangkitkan ide-ide dan masalah-masalah yang dicapainya dari banyak sumber, termasuk cenderung memiliki alternatif terhadap masalah atau subyek tertentu. Orang kreatif sering menentang hal-hal yang bersifat klise dan tidak terhalang oleh kebiasaan-kebiasaan yang terkadang menghambat berpikir kreatif.

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

Amabile (1997:39-58) dalam teorinya 'komponenial' bahwa kreativitas menunjukkan setiap individu memiliki kapasitas untuk menghasilkan setidaknya sedikit karya kreatif dan beberapa faktor, seperti lingkungan kerja dan waktu dapat mempengaruhi materi iklan tingkat perilaku dan frekuensinya. Berdasarkan teori ini, kreativitas individu terdiri dari tiga komponen utama, masing-masing diperlukan untuk kreativitas dalam situasi apapun. Tiga komponen itu adalah: domain keahlian atau keterampilan, keterampilan berpikir kreativitas dan tugas motivasi intrinsik. Kreativitas terjadi ketika keterampilan individu bertepatan dengan motivasi intrinsik yang kuat, dan ini akan menyebabkan kreativitas yang lebih tinggi, bila didasarkan pada tingkat yang lebih tinggi untuk masing-masing dari tiga elemen. Selanjutnya, individu menunjukkan perbedaan dalam tingkat komponen kreativitas individu.

Meskipun kepribadian memainkan peran penting dalam motivasi intrinsik, lingkungan sosial juga dapat berdampak pada tingkat motivasi intrinsik individu setiap saat. Oleh karena itu, individu kreatif adalah orang-orang yang menghasil kan metode untuk melaksanakan pekerjaan mereka dengan memunculkan ide-ide atau imajinasi yang inovatif, dan dengan mengkonfigurasi ulang cara yang ada menjadi cara alternatif baru (Perry-Smith, J.E.2003: 89-106).

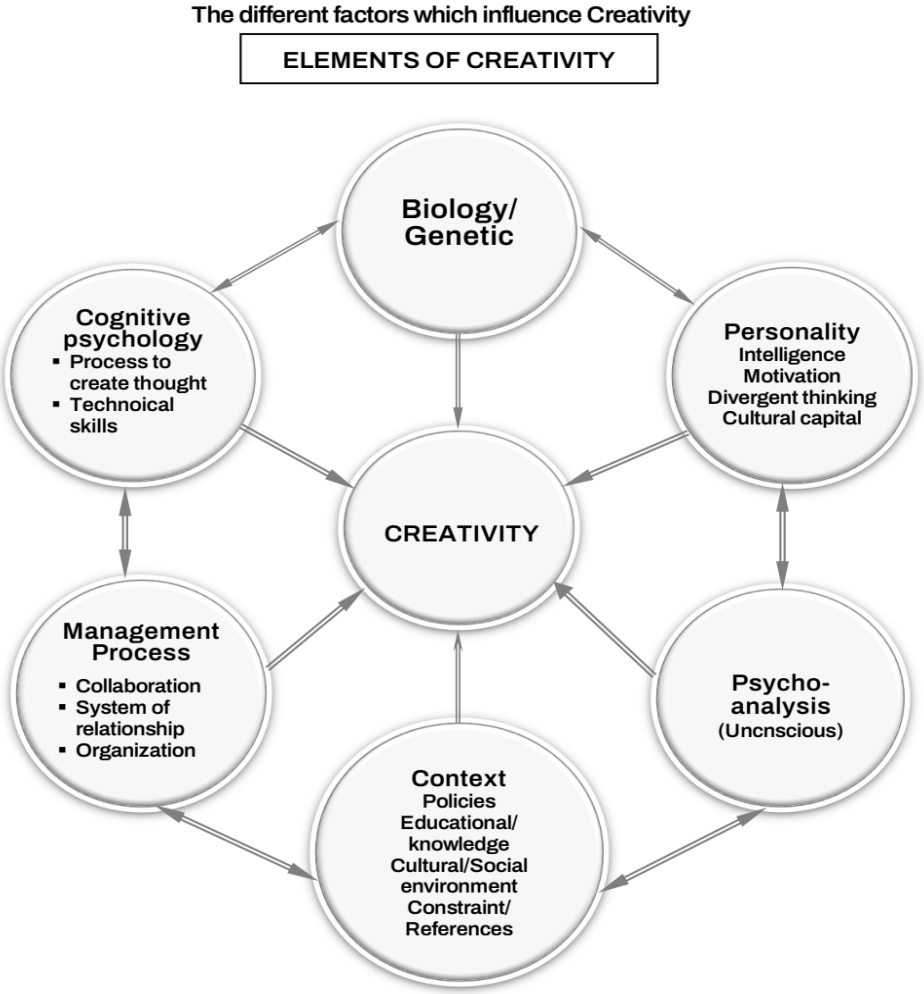
Individu dapat memiliki kreativitas yang tinggi jika memiliki ciri-ciri kepribadian orang-orang kreatif. Misalnya, motivasi intrinsik individu meliputi: kepuasan rasa ingin tahu, kesenangan, tantangan pribadi, ekspresi diri, dan minat. Motivasi intrinsik mengacu pada ciri utama kreatif orang, dan karena itu orang-orang kreatif cenderung mengikuti

motivasi intrinsik, sementara motivasi ekstrinsik cenderung menghambat kreativitas (Runco, M.A. (2004:657).

Keahlian adalah pengetahuan: intelektual, prosedural, dan teknis. Selain itu, keahlian adalah dianggap sebagai dasar dari karya kreatif, dan oleh karena itu orang-orang kreatif tidak menciptakan ide-ide baru dari ketiadaan, tetapi ide-ide baru itu dimulai dari domain yang relevan pengetahuan dan seperangkat keterampilan yang dikembangkan (Simonton, D.K.,2000:151-158). Keahlian dalam aktivitas apa pun merupakan elemen penting untuk menghasilkan ide-ide baru, bertentangan dengan ide-ide yang ada, dan itu membutuhkan pengetahuan sebelumnya tentang aktivitas itu. Gaya kognitif berarti bagaimana individu menentukan masalah dan memberikan solusi untuk masalah tersebut dan kemampuan mereka untuk menggabungkan ide-ide yang ada untuk menghasilkan amalgamasi baru (Kirton, M.J.,1989:36). Dengan demikian, gaya kognitif menunjukkan tingkat imajinasi individu dan kemampuan mereka fleksibilitas dalam menghadapi masalah (Munoz-Doyague ,2008:21-33).

Karena itu tujuan dari kreativitas ini adalah untuk menciptakan ide atau hal baru, menerapkan solusi hasil dari berpikir kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperbaiki sesuatu, serta menghasilkan sudut pandang baru terhadap suatu masalah. Menciptakan ide yang kreatif bukanlah suatu pekerjaan mudah. Seseorang ingin memiliki kreativitas yang tinggi, memerlukan proses yang ditempuh melalui seluruh prosedur untuk menuangkan ide tersebut yang bersumber dari otak ke dalam hasil karya akhirnya. Untuk mengembangkan kemampuan berpikir kreatif ini dapat ditempuh melalui tahapan; belajar, investigasi, pencerahan, ideasi, dan eksekusi (Amabile, T.,1997:18-26).

Selanjutnya, kreativitas dalam pandangan Guilford (1950:444) dalam teorinya dikatakan sebagai proses menciptakan sesuatu yang orisinal dan bermanfaat, dapat merujuk pada produk, Orang/kepribadian menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan lingkungan. Manusia-manusia kreatif memiliki proses berpikir tertentu. Model kemampuan berpikir kreatif Guilford ini meliputi: *Fluency* (Kefasihan) yaitu kemampuan menghasilkan gagasan yang hilang; *Flexibility* (Fleksibilitas); kemampuan untuk mengurangi berbagai jenis ide; *Originalality* (Orisinalitas); kemampuan untuk menghasilkan ide-ide yang tidak biasa; dan *Elaboration* (Elaborasi); kemampuan untuk mengembangkan ide-ide itu. Dalam prakteknya, ini bukan hanya tentang memiliki ide. Mereka harus inovatif tetapi juga sesuai dengan kebutuhan. Terbentuknya daya kreativitas tersebut perlu didukung elemen-elemen penting lainnya yang terkait. Elemen-elemen itu digambarkan sebagai berikut:



Untuk mewujudkan daya kreativitas seseorang, menurut Guilford (1950) diperlukan elemen-elemen penting yang meliputi: *Psikologi kognitif*, (suatu proses untuk menciptakan pemikiran dan keterampilan teknis); *Biologi/ Genetika*; Kepribadian (kecerdasan, motivasi, berbeda pikiran, modal budaya); *Psikoanalisa* (Tidak sadar); *Konteks* (kebijakan, pendidikan/pengetahuan, lingkungan Budaya/Sosial, Batasan/Referensi, Lingkungan kerja, Geografi/Lokasi); dan *Proses manajemen* (kolaborasi, Sistem hubungan, Organisasi).

Sejalan dengan Teori Guilford tentang kreativitas ini, dikembang kan juga oleh Sternberg (2001,75-101) yang dikenal dengan teori 'investasi kreativitas Sternberg', yang menyatakan bahwa kreativitas adalah gabungan dari enam sumber daya yang berbeda tetapi saling terkait: (1) kemampuan intelektual, (2) pengetahuan, (3) gaya berpikir, (4)

kepribadian, (5) motivasi, dan (6) lingkungan. Penekanan besar saat ini pada kreativitas dalam organisasi terutama disebabkan oleh fakta bahwa hal itu berdampak pada kinerja inovasi dan keberhasilan perusahaan.

C. Kreativitas Entrepreneur

Entrepreneur atau Wirausaha adalah kata Perancis yang pertama kali muncul dalam literatur pada tahun 1253M. Saat itu digunakan dalam bentuk yang berbeda. Istilah Entrepreneur terinspirasi oleh kata kerja Perancis *"entreprendre"* yang berarti "pengusaha" (*undertaker*), seperti dalam perasaan seseorang yang melakukan pekerjaan yang signifikan. Secara historis istilah entrepreneur atau wirausahawan, dibidani dengan filosofi pemikiran tiga penulis; Richard Cantillon, Jean Baptiste Say, dan Joseph Alois Schumpeter. Melalui berbagai tulisan-tulisannya adalah pionir terkemuka yang pertama-tama merefleksikan secara luas peran wirausahawan (Kouakou, 2019:117).

Cantillon Richard adalah seorang *kapitalis ventura Prancis* yang mencari peluang investasi yang dapat menghasilkan lebih dari hasil rata-rata. Sebagai investor, Cantillon menganggap elemen risiko (*risk*) sebagai aspek inti dari suatu kewirausahaan, dan mengambilnya dalam pertimbangan apa yang dia maksud dengan menjadi seorang pengusaha (Cantillon,1755). Menurut Alois Joseph Schumpeter, fungsi seorang wirausahawan terlihat jelas di benak Cantillon, tetapi saat itu tidak ada yang sepenuhnya merumuskan. Menurutnya, kata wirausaha mengacu pada seseorang yang pada awalnya mendapat *ide* untuk membeli bahan mentah dengan harga yang Umum (standar), dan menjualnya dengan harga yang tidak diketahui untuk mendapatkan keuntungan. Melalui definisi yang dirumuskannya, dapat divisualisasikan peran perantara yang dikaitkan dengan wirausahawan menuju sebuah perubahan.

Jean-Baptiste Say adalah penulis kedua yang telah memberikan kontribusi signifikan dalam bidang kewirausahaan. Di samping itu, menjadi seorang penulis yang produktif, Jean Baptiste Say adalah seorang wirausahawan yang termasuk dalam keluarga wirausaha yang mengidentifikasi unsur *inovasi* sebagai ciri paling khas untuk menjadi seorang wirausaha. Melalui tulisannya, ia bermaksud untuk meyakinkan orang tentang dampak besar wirausaha dalam pengembangan ekonomi. Oleh karena itu Katakanlah menekankan tulisannya tentang bagaimana merangsang keinginan orang untuk menjadi wirausaha. Dia memandang pengusaha sebagai individu yang dapat melakukan hal-hal baru, individu yang dapat mencapai lebih banyak dengan lebih sedikit, dan individu yang mungkin memperoleh lebih banyak dengan mencapai sesuatu

dengan cara lain atau beragam (Say,1996). Dengan cara ini, Say merasakan wirausaha sebagai pelaku ekonomi yang kegiatannya menghasilkan *nilai tambah*. Schumpeter menggaris bawahi bahwa Say adalah orang pertama untuk menarik kontras yang jelas antara peran yang dimainkan oleh pengusaha dan kapitalis, dalam karyanya yang paling luar biasa bekerja pada sejarah ekonomi.

Para ahli telah memposisikan Schumpeter sebagai penulis dengan pekerjaan yang relevan tentang hubungan antara pengusaha dan inovasi. Dengan mengambil alih definisi wirausaha yang diusulkan oleh Say, ia berpendapat bahwa persepsi dan *eksploitasi peluang baru* adalah inti dari kewirausahaan. Schumpeter menghubungkan inovasi yang dilakukan oleh wirausahawan dengan *lima* komponen yaitu; pengenalan baru barang, pengenalan aplikasi metode baru, pembukaan pasar baru, pengambil alihan sumber pasokan bahan baku, dan pelaksanaan organisasi industri yang baru. Karena itu pengertian wirausaha atau entrepreneurship harus dimulai dari pengenalan peluang sebelum menambahkan komponen lainnya. Itu sebabnya mengingat semua definisi ini, definisi Venkataraman adalah signifikan. Namun, para ahli sepakat bahwa *pengakuan kesempatan dan eksploitasi peluang kewirausahaan* adalah jantung dari kewirausahaan.

Dari gambaran di atas dapat dikatakan bahwa Entrepreneurial adalah jiwa kewirausahaan yang dibangun bertujuan untuk menjembatani antara ilmu dengan kemampuan pasar. Entrepreneurship meliputi pembangunan/ pembentukan sebuah perusahaan baru, kegiatan kewira usahaan juga merupakan kemampuan managerial yang diperlukan oleh seorang entrepreneur. Entrepreneurial mindset adalah pola pikir yang dimiliki oleh seorang wirausaha, dimana mempunyai karakter diantaranya ialah berpikir simpel, berorientasi pada hal-hal baru, action oriented, mampu membaca dan mengambil peluang. Dengan adanya entrepreneurial mindset ini, seorang pengusaha akan terdorong untuk terus melakukan inovasi-inovasi, menciptakan peluang yang menguntungkan.

Seorang entrepreneur dituntut memiliki kreativitas tinggi. Kreativitas entrepreneurial adalah kemampuan jiwa usaha dalam menciptakan dan menangkap peluang serta menciptakan, menggabungkan kembali dan/atau menggunakan sumber daya secara berbeda dengan cara baru. Kreativitas sebagai komponen penting dari proses kewirausahaan. Kreativitas merupakan mesin yang mendorong penemuan kewirausahaan. Entrepre-neur memiliki keyakinan kuat bahwa hidup dapat diperbaiki, dan menjalani hidup dengan cara mereka sendiri bisa dilakukan.

Kreativitas kewirausahaan berdampak sepanjang hidup pengusaha, dan bukan hanya selama rentang bisnis. Sukses dirangsang melalui

penggunaan penjajaran dan bisociations ide dari beragam domain yang tidak terkait, namun kemudian berdampak pada pengambilan keputusan. Kreativitas berpotensi paling berguna dalam perusahaan yang lebih kecil, sebagai cara untuk mengatasi hambatan untuk memperoleh sumber daya dan dalam hal memperoleh alternatif dan solusi biaya yang lebih rendah untuk memecahkan masalah. Banyak dari organisasi ini memiliki spesialis keterampilan yang berkaitan dengan produk dan layanan inti mereka, tetapi tidak memiliki keahlian atau waktu untuk mengembangkan cara-cara formal untuk menghasilkan strategi masa depannya. Karena itu, memahami kreativitas sebagai pengungkit untuk menurunkan biaya, juga solusi sangat penting yang tidak kalah berguna untuk kesuksesan ekonomi di masa depan.

Dalam kondisi saat ini, kewirausahaan tidak lagi sesuatu yang luar biasa di masyarakat, terutama di kalangan lulusan pendidikan. Entrepreneurial atau kewirausahaan karir saat ini telah menjadi lebih kompetitif, dan menjadi salah satu yang terlibat dalam hal keterampilan mereka untuk bertahan hidup. Faktor kewirausahaan berkarakteristik kreatif, meliputi seperti rasa ingin tahu, percaya diri, tingkat energi yang tinggi, pengambilan risiko dan visi. Kreativitas kewirausahaan berdampak sepanjang hidup pengusaha, dan bukan hanya selama rentang bisnis. Kreativitas kewirausahaan sebagian besar didorong oleh dimensi intrinsik tentang tugas-tugas yang dilakukan di perusahaan. Kewirausahaan ada kebutuhan dalam pengambilan risiko, penelitian dan pengembangan ide-ide baru, dan bekerja keras untuk mendorong inovasi baru dalam bisnis. Saat sekarang, perubahan yang cepat dalam banyak aspek membutuhkan pengusaha untuk lebih waspada terhadap perubahan yang terjadi. Umumnya pengusaha dituntut untuk memiliki kemampuan untuk menciptakan, menemukan ke dalam bentuk baru atau membawa keberadaannya menjadi sesuatu yang baru. Kemampuan ini tidak diwariskan, kecuali secara alami dalam diri seseorang. Karenanya, ini adalah sesuatu yang perlu dipelajari.

Pola pikir kewirausahaan adalah cara berpikir yang memungkin kan seseorang mengatasi tantangan, tegas, dan menerima tanggung jawab atas hasilnya. Ini adalah kebutuhan konstan untuk meningkatkan keterampilan nya dengan belajar dari kesalahan masa lalu, dan mengambil tindakan terus-menerus pada ide-ide baru. Kreativitas dipandang sebagai konstruksi ide atau produk yang baru dan berpotensi bagi kemajuan usaha. Kewirausahaan juga harus ada tautan berikutnya ke inovasi dan profitabilitas dalam hal moneter dan sosial. Ide-ide ini dapat terletak secara internal atau eksternal, meskipun pengusaha akan cenderung mencari dan mengidentifikasi solusi potensial yang sebagian dibentuk oleh kompetensi internal.

Kewirausahaan terjadi di semua jenis dan ukuran organisasi, dari usaha mikro, kecil, menengah, dalam negeri hingga ke perusahaan global. Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai proses menciptakan nilai bagi komunitas bisnis dan sosial dengan menyatukan kombinasi unik dari sumber daya publik dan swasta untuk mengeksploitasi ekonomi, sosial atau peluang budaya dalam lingkungan perubahan. Pengembangan Kewirausahaan juga semakin penting dalam pembangunan ekonomi. Pengembangan kewirausahaan bersama dengan manajemen telah diakui secara global sebagai kunci pembangunan ekonomi yang cepat dan tepat serta kesejahteraan dan kemajuan umat manusia. Dengan semakin meningkatnya penekanan pada peran mikro, kecil, menengah dan besar.

Dalam mendefinisikan istilah kreativitas kewirausahaan perlu mempertimbangkan dua istilah yang tepat, kreativitas dan kewirausahaan, yang sudah merupakan ekspresi kekhasan yang unik. Penggabungan itu dapat mengembalikan konsep arti dari ungkapan tersebut. Mengingat pengamatan ini dimulai dari analisis istilah untuk mencapai definisi yang sesuai untuk tujuan pekerjaan.

Wirausaha kreatif adalah proses penciptaan secara keseluruhan, baik dalam menghadapi peluang maupun ancaman, dan dengan mengacu pada sumber daya perusahaan, kombinasi dan perubahannya. Bagian dari literatur menganggap hubungan antara pengusaha dan konteks eksternal, yang mendasari pemikirannya kapasitas menangkap peluang yang tidak dapat dilihat atau dilihat orang lain (Fillis, & Rentschler, R., 2010:49). Kreativitas sering dirangsang oleh konteks awal yang sulit, karena ini merupakan insentif untuk menemukan solusi baru. Kontribusi lainnya fokus pada alat (ikatan sosial, koneksi jaringan sosial) yang dapat diterapkan pengusaha untuk mendapatkan akses ke sumber daya baru yang bisa berguna untuk pengembangan kreatif (Shwartz & Bless:1991).

Literatur tentang kreativitas dikaitkan dengan entrepreneur atau pengusaha (Scratchley, et al (2001). Menurut beberapa penulis kreativitas adalah jiwa dari pengusaha (Hornsby, 2002: 253). Kewirausahaan dan kreativitas terutama dalam konteks dinamis, ini adalah salah satu bahan utama untuk berhasil bersaing, wirausahawan yang didorong oleh kreativitas lebih cenderung mengambil risiko daripada wirausahawan yang berbasis kebutuhan.

Karya-karya sebelumnya tentang kreativitas kewirausahaan cenderung lebih dulu mendefinisikan istilah "kreativitas" setelah mengkontekstualisasi-kannya dalam topik khusus kewirausahaan (Zhou, J. 2008: 1-5). Beberapa penulis mendefinisikan kreativitas kewirausaha an sebagai fenomena yang kompleks (Phan et al.,2010: 175), yang mengingat keduanya merupakan motivasi intrinsik dan ekstrinsik.

Fortwengel (2016:5-16) mendefinisikan kreativitas wirausaha menempatkan perhatian pada kreativitas sebagai komponen proses kewirausahaan yang mendorong wirausaha untuk menangkap/ menciptakan peluang dari mana menguntungkan keunggulan kompetitif, walaupun definisi ini tidakmenjelaskan bagaimana dan sejauh mana kreativitas kewirausahaan bertindak atas peluang serta apa yang menjadi fokus utama kreativitas wirausaha.

Beberapa definisi kreativitas yang paling sering dikutip dalam karya-karya tentang kreativitas kewirausahaan adalah dari Amabile (Sternberg, R. J:1999) bahwa kreativitas sebagai produk imajinasi, ide-ide yang berguna atau solusi masalah; yang terakhir sebagai kemampuan untuk menghasilkan karya yang baru, yaitu, asli, tak terduga, dan tepat, serta berguna. Menurutnya bahwa kreativitas wirausaha membutuhkan kombinasi motivasi intrinsik dan jenis motivasi ekstrinsik tertentu, sinergi motivasi yang dihasilkan ketika tingkat minat pribadi yang kuat dan keterlibatan dikombinasikan dengan janji penghargaan yang mengkonfir-masi kompetensi, pengembangan keterampilan, dan memungkinkan pencapaian masa depan.

Kewirausahaan adalah bentuk kreativitas dan dapat dilabeli sebagai kreativitas bisnis atau wirausaha karena seringkali bisnis baru itu orisinal dan bermanfaat. Goss et al.((2007:65) bahwa kreativitas merupakan komponen penting dari proses kewirausahaan. Phan et al. (2010:175) menyatakan bahwa kreativitas kewirausahaan adalah fenomena kompleks yang mencakup proses kognitif, individu motivasi, pengetahuan dan kepribadian, pengambilan keputusan individu dan tim, serta sosial. Kreativitas, sebagai proses kognitif untuk menemukan pola atau kombinasi baru dari ide-ide yang sudah dikenal, rutinitas, dan model mental dengan demikian kreativitas merupakan mesin yang mendorong penemuan kewirausahaan.

Generasi dan implementasi imajinasi, ide-ide yang tepat untuk mendirikan usaha baru (*a new*). bisnis atau program baru untuk memberikan produk atau layanan. Imajinasi utama, ide-ide yang berguna mungkin berkaitan dengan: (a) produk atau layanan itu sendiri, (b) mengidentifikasi pasar untuk produk atau jasa, (c) cara memproduksi atau memberikan produk atau jasa, atau (d) cara memperoleh sumber daya untuk memproduksi atau menyerahkan produk atau jasa.

Kreativitas dikatakan sebuah proses yang menghasilkan sesuatu yang baru. Proses berkreasi merupakan bagian terpenting dalam pengembangan kreativitas. Adapun kreativitas dikatakan sebagai produk, yaitu merupakan upaya kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu, baik sesuatu yang baru atau orisinal atau hasil elaborasi yang inovatif. Suatu karya dapat dikatakan kreatif,

manakala suatu ciptaan yang baru atau orisinal dan bermakna bagi individu dan lingkungannya. Sedang kreativitas itu dikatakan pribadi, kreativitas mencerminkan keunikan invidu dalam pikiran atau ungkapan-ungkapannya. Ia tidak merasa terikat pada nilai-nilai dan norma-norma umum yang berlaku. Kreativitas dapat berwujud berupa ide, produk dan/atau gagasan.

Seorang entrepreneur pada dasarnya memiliki jiwa kreatif. Hal ini dibuktikan oleh cara-cara berpikirnya yang kreatif. Pemikiran kreatifnya itu didukung oleh dua hal, yaitu pengerahan daya imajinasi dan proses berpikir ilmiah. Dengan pemikiran yang kreatif ini dapat memecahkan berbagai macam permasalahan. Untuk mampu berpikir kreatif dapat dikembangkan, ditingkatkan, dapat dipengaruhi oleh bakat bawaan, kemampuan dan ilmu pengetahuan. Pengalaman seorang wirausaha merupakan guru yang sangat berharga untuk memicu kreativitasnya. Seorang wirausaha dikatakan kreatif ketika ia memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru.

Kemampuan dan bakat merupakan bahan dasarnya, tetapi pengetahuan dari lingkungannya dapat juga mempengaruhi kreativitas seseorang. Karena kreativitas merupakan cara pandang yang sering dilakukan secara tidak logis, proses ini melibatkan banyak hubungan antar hal, yang terkadang tidak terpikirkan oleh orang lain. Bagi kalangan wirausaha, tingkat kreativitas sangat menunjang dalam kemajuan bisnis. Dalam lingkungan bisnis global dengan perubahan begitu cepat, kemampuan berpikir kreatif bagi seorang wirausaha dapat mengantisipasi dan tanggap terhadap perubahan.

Sternberg (1999) menyatakan bahwa pekerjaan kreatif membutuh kan penerapan dan keseimbangan tiga kemampuan, yang semuanya dapat dikembangkan, yaitu:

1. Kemampuan sintetik biasa disebut kreativitas. Ini adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan menarik. Sering disebut sebagai orang-orang kreatif, mereka adalah pemikir komprehensif yang sangat baik yang membuat hubungan antara apa yang orang lain tidak lihat secara sukarela.
2. Kemampuan analitis biasanya dianggap sebagai kemampuan berpikir kritis. Orang dengan kemampuan ini menganalisis dan mengevaluasi ide. Setiap orang, bahkan orang yang paling kreatif, memiliki ide yang lebih baik dan lebih buruk. Tanpa kemampuan analisis yang kuat, para pemikir kreatif tidak hanya suka mengejar ide-ide yang baik tetapi juga ide-ide yang buruk. Orang-orang kreatif menggunakan keterampilan analitis untuk menemukan dan menguji makna ide-ide kreatif.
3. Kemampuan praktis adalah kemampuan menerjemahkan teori ke dalam praktik dan ide-ide abstrak menjadi kinerja praktis. Implikasi dari teori

investasi kreativitas adalah bahwa ide-ide bagus tidak dapat dijual dengan sendirinya. Orang-orang kreatif menggunakan keterampilan praktis untuk meyakinkan orang lain bahwa sebuah ide berharga. Misalnya, setiap organisasi memiliki seperangkat ide yang menentukan bagaimana melakukan sesuatu, atau setidaknya beberapa hal. Untuk mengusulkan proses baru, Anda perlu meyakinkan orang lain untuk menjualnya yang lebih baik daripada proses lama. Keterampilan praktis juga digunakan untuk mengidentifikasi ide-ide yang dimiliki audiens potensial.

Keterampilan terbaik yang berasal dari berpikir kreatif adalah:

1. Keterampilan Analitis (Analisis); yaitu memahami sesuatu dengan sangat baik dan detail, memahami apa arti masalah yang dihadapi, dan memahami sesuatu sebelum mengambil keputusan. contoh:
   a. Pembuatan kemasan produk
   b. Desain logo untuk produk atau layanan di perusahaan Anda.
   c. Desain pakaian kontemporer.
   d. Buat poster dan selebaran untuk mempromosikan acara dan lainnya.
2. Pemecahan masalah yang baik; menganalisis dan memecahkan masalah yang dihadapi melalui pemikiran kreatif. Berpikir berwirausaha artinya wirausahawan dapat menghadapi segala permasalahan dengan berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikannya. contoh:
   a. Identifikasi cara untuk mengurangi biaya jika terjadi krisis anggaran.
   b. Kami mengusulkan metode komunikasi baru untuk menyelesaikan konflik antar karyawan.
   c. Kami mengusulkan cara baru untuk meningkatkan layanan pelanggan.
   d. Mengusulkan proses baru untuk meningkatkan kualitas kerja.
   e. Pikirkan tentang bagaimana Anda dapat mengurangi konsumsi energi yang berlebihan (seperti listrik).
   f. Brainstorm untuk menentukan strategi kerja baru seperti tahun berikutnya.
3. Keterampilan berpikir terbuka. Artinya, selalu berusaha untuk berpikir secara terbuka dengan membuang pendapat buruk (hipotesis) dan pikiran bias yang mungkin dia miliki selama ini. Pendapat dan keyakinan yang buruk dianggap menghambat pemikiran kreatif. Salah satu bentuk pikiran terbuka adalah berpikir kreatif dalam sains, teknologi, teknik dan matematika.
   a. Menyusun program komputer untuk mengotomatiskan proses pembelajaran online.

b. Merancang platform media sosial untuk ponsel pintar.
c. Menemukan obat baru yang ampuh untuk mengobati kanker.
d. Mengidentifikasi cara-cara baru untuk meningkatkan jumlah pendonor darah.
e. Merancang penemuan baru yang berguna untuk robot masa depan, dan lain sebagainya.

4. Keterampilan dalam berorganisasi (*Organization*).
5. Keterampilan dalam berkomunikasi (*Communication*).

Secara singkat, berpikir kreatif ini sangat berguna untuk mengembangkan ide-ide baru, menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang (Zimmerer:1996:51). Menurut Juan Huarte (2005:436), seorang ahli filsafat dari Spanyol mengatakan bahwa, tingkat kecerdasan paling tinggi yang dimiliki manusia adalah *True creativity*. Kreativitas merupakan kecendekiaan tertinggi pada umat manusia yang tidak dimiliki oleh makhluk lain. Dengan kreativitas, manusia mampu menciptakan karya yang tidak pernah dilihat, didengar, diraba, dan dicium sebelumnya. Berdasarkan hal di atas, dapat dimaknai bahwa kreativitas sebuah kekuatan atau energi baru yang ada dalam individu. Energi ini menjadi daya dorong bagi seseorang untuk melakukan sesuatu dengan cara atau mendapat hasil terbaik.

Kreativitas atau berpikir kreatif pada dasarnya dapat dilakukan oleh siapa saja yang mau memilikinya. Sebagaimana dikatakan Colin Rose & Malcolm J. Nichol (2002:275) dalam bukunya *Accelerated Learning*; ‘untuk menjadi kreatif tidak cukup dengan berpangku tangan menunggu turunnya ilham. Kreativitas menuntut banyak usaha keras dan mensyaratkan persiapan matang’. Pengembangan kreativitas dapat dilakukan sejak usia dini, tinjauan dan penelitian-penelitian tentang proses kreativitas, kondisi-kondisi serta cara-cara yang dapat memupuk, merangsang dan mengembangkannya menjadi sangat penting. Dengan beberapa alasan:

1) Dengan berkreasi orang dapat mewujudkan (mengkatualisasikan) dirinya, dan perwujudan/aktualitas diri merupakan kebutuhan pokok pada tingkat tertinggi dalam hidup manusia (Maslow, 1967). Kreativitas merupakan manifestasi dari individu yang berfungsi sepenuhnya.
2) Kreativitas atau berpikir kreatif sebagai kemampuan untuk melihat bermacam-macam kemungkinan penyelesaian terhadap suatu masalah merupakan bentuk pemikiran yang sampai saat ini kurang mendapat perhatian dalam pendidikan (Guilford,1967).

3) Bersibuk diri secara kreatif tidak hanya bermanfaat (bagi diri pribadi dan bagi lingkungan) tetapi juga memberikan kepuasan kepada individu.
4) Kreativitas memungkinkan manusia meningkatkan kualitas hidupnya.

Dari berbagai sumber literatur lain banyak dikemukakan bahwa kemampuan berpikir kreatif juga dimaknai sebagai *mindset* atau pola pikir. Gagasan tentang pola pikir (*mindset*) kewirausahaan direferensikan oleh keadaan pikiran yang mengubah status individu menjadi seorang wirausaha. Oleh karena itu seorang individu menjadi wirausahawan berkat keadaan pikirannya yang memungkinkannya untuk menganalisis dunia dan peluang serta kemungkinan yang ditawarkannya (Reed, J., & Stoltz, P. G. (2011).Pola pikir kewirausaha an adalah analisis tentang dunia, peluang dan kemungkinannya, juga pemahaman bagaimana seorang individu dapat berkontribusi pada pembangunan dan kemajuan sistem ekonomi dan sosial,yang akhirnya mengkonversi ide menjadi tindakan untuk mencapai tujuan. Mcgrath dan MacMillan (2000) merumuskan definisi pola pikir kewirausahaan berdasarkan tiga faktor; kemampuan untuk merasakan, kemampuan untuk bertindak cepat, dan kemampuan untuk memobilisasi sumber daya,bahkan dalam kondisi yang tidak menentu. Seorang individu yang berhasil mengubah proses kewirausahaan melalui sarana pola pikir kewirausahaan, menunjukkan betapa pentingnya mewakili pemelihara an pola pikir kewirausahaan. Selanjutnya, persepsi pola pikir wirausaha sebagai perspektif berorientasi pertumbuhan adalah cara lain untuk mendefinisikannya. Haynie mengembangkan metode metakognitif situasi pola pikir kewirausahaan berdasarkan definisi bahwa konsep ini mengacu pada kemampuan untuk merasakan, bertindak dan bergerak di bawah kondisi yang tidak pasti dengan cepat (Haynie, J. M., et al. (2010).

Jiwa kewirausahaan atau inisiatif kewirausahaan dapat digunakan untuk membingkai kewirausahaan sejauh istilah-istilah tersebut menggambarkan seluruh ide di balik kewirausahaan. Melakukan bisnis kewirausahaan menyiratkan bahwa seorang individu harus menentukan dan memanfaatkan peluang yang diajukan oleh lingkungan**.** Jiwa wirausaha juga dilambangkan sebagai pola pikir kewirausahaan adalah praktik inovatif yang mengarah untuk menemukan dan mengembangkan peluang dan kemudian mengatur perilaku yang benar untuk secara efektif memanfaatkan peluang tersebut. Oleh karena itu pembentukan pola pikir kewirausahaan menjadi primordial untuk mengembali kan semangat kompetitif entitas ekonomi serta gaya hidup sosial ekonomi rakyat. Ini akan meningkatkan penciptaan nilai dan pembentukan pekerjaan. Hitt, & Sirmon menyimpulkan bahwa pola pikir (*Mindset*) kewirausahaan dapat

memfasilitasi promosi fleksibilitas, kreativitas, inovasi berkelanjutan, dan pembaruan. Situasi ini didasarkan pada proses pembelajaran untuk peningkatan osilasi kognitif manusia generasi pikiran (David G. Sirmon 2003).

Neck at.al. (2017) menyajikan tiga kebiasaan yang perlu dibudayakan untuk mindset kewirausahaan yaitu: kepemimpinan diri, kreativitas, dan improvisasi Kreativitas sebagai kapasitas untuk menghasilkan ide, wawasan, penemuan produk, atau benda seni baru yang dianggap unik, berguna, dan bernilai bagi orang lain. Kreativitas bukanlah sesuatu yang dilahirkan, tapi kreativitas adalah menciptakan dalam tindakan. Studi telah menunjukkan bahwa orang-orang yang Kreativitas terbuka terhadap pengalaman, gigih, mudah beradaptasi, orisinil, termotivasi, mandiri, dan tidak takut gagal. Improvisasi adalah seni menciptakan secara spontan tanpa persiapan.Improvisasi terhubung dengan mindset karena membantu mengembangkan kemampuan kognitif untuk cepat merasakan dan bertindak serta mengubah arah dengan cepat. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, mindset kewirausahaan membutuhkan kebiasaan kepemimpinan diri, kreativitas, dan improvisasi. Kebiasaan-kebiasaan tersebut menciptakan platform emosional untuk tindakan kewirausahaan. Dweck memaparkan bahwa setiap orang mempunyai mindset yang berbeda, bertindak berbeda, dan bernasib berbeda satu sama lain. Perbedaan ini diklaim oleh beberapa ahli disebabkan oleh perbedaan fisik seperti benjolan pada tengkorak (*frenologi*), ukuran dan bentuk tengkorak *(craniology*), kemudian ada sebagian ahli yang lain.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cromie (2000) bahwa atribut seperti kebutuhan untuk berprestasi, lokus internal kontrol, pengambilan risiko yang diperhitungkan, toleransi ambiguitas, kreativitas, kebutuhan akan otonomi dan kepercayaan diri, terutama terhubung dengan kepribadian. Dweck (2006:132) menyatakan bahwa seseorang dapat memiliki mindset tetap atau mindset berkembang dan bukan keduanya menggabungkan. Dengan demikian, mindset tetap merupakan pola pikir yang membuat individu percaya pada kualitasnya yang dianggap diukir pada batu dan juga tidak mungkin berubah. Namun, mindset berkembang berkaitan dengan keyakinan bahwa individu dapat mengadopsi pola pikir yang dapat memberikan perubahan dan pertumbuhan melalui usahanya. Singkatnya, mindset berkembang menyiratkan usaha pribadi yang mungkin dimiliki setiap orang untuk mencapai perubahan dan pertumbuhan.

Mathisen & Arnulf (2013:132) mengungkapkan bahwa menerap-kan pola pikir kewirausahaan lebih berkorelasi dengan kegiatan kewirausahaan dibandingkan dengan mengelaborasi. Pola pikir/mindset

Kewirausahaan pola pikir melalui penjabarannya yang dibawa oleh ciri-ciri kepribadian, kemampuan kognitif, dan proses metakognitif telah telah diakui bermanfaat dalam pendidikan kewirausahaan khususnya di bidang bisnis dan seni (Pollard, V, 2014:3-22). Selain itu, *mindset* adalah salah satu fitur penting yang harus dipertimbangkan dalam keberhasilan atau kegagalan UKM. Artinya bisnis tanpa adopsi pola pikir kewira-usahaan lebih rentan gagal daripada berhasil (Dhliwayo, 2007:123).

Lingkungan bisnis yang sukses membutuhkan kehadiran pola pikir kewirausahaan untuk membantu manajer dalam proses penumbuhan prinsip-prinsip manajemen lama untuk mengurangi tingkat kegagalan bisnis yang tinggi (Kuratko, D. F. (2002). Jadi, pengembangan pola pikir kreatif dalam organisasi cocok untuk menetapkan tujuan inovasi, manfaatkan pasar dan menambah nilai bisnis (Faltin, G. (2007). Banyak peneliti telah berkontribusi secara signifikan terhadap evolusi konsep pola pikir kewirausahaan. Menurut review dari berbagai penelitian, persepsi tentang pola pikir kewirausahaan mencakup dua dimensi. Oleh karena itu pengembangan pola pikir kewirausahaan terkait dengan kepribadian dan psikologi kognitif.

Wirausahawan (entrepreneur) adalah seseorang yang mengambil resiko untuk menciptakan sesuatu yang baru, biasanya dalam bisnis. Tetapi pola pikir kewirausahaan tersedia bagi siapa saja yang siap untuk hanya mengandalkan kemampuan mereka untuk keamanan ekonomi mereka, dan tidak mengharapkan kesempatan tanpa terlebih dahulu menciptakan nilai bagi orang lain. Formula sukses untuk menjadi seorang wirausaha dan membudayakan pola pikir wirausaha. Rumusan ini dijabarkan menjadi lima (5) langkah yang sedang dipersiapkan dengan baik, memiliki jaringan kolega internasional, menjadi pembelajar mandiri, menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan memiliki kunci hubungan (Matheson, S. A. (2013). Oleh karena itu, dia percaya bahwa mengadopsi pola pikir kewirausahaan adalah jalan ke depan untuk menjadi diri Anda sendiri; menjadi yang terbaik yang Anda bisa dan ingin menjadi. Ketika Anda dapat menciptakan peluang Anda, Anda tidak perlu takut lagi. Cobalah mencapai hasil yang diinginkan. Saat Anda sukses dan mendapatkan kepercayaan diri, lakukanlah! Berani mengambil risiko; berani melakukan apa yang Anda maksud lakukan, untuk menjadi seperti yang diharapkan.

D. Manajemen Kreativitas

Manajemen kreativitas adalah proses pembuatan keputusan manajemen melalui serangkaian prosedur yang berurutan, membentuk rencana umum manajemen proses kreatif. Tujuan dari manajemen kreatif

penyediaan dan menjaga keunggulan kompetitif organisasi dengan kekuatan mendorong dan mempromosikan bakat, potensi kreatif personel, pengenalan inovatif teknologi manajemen. Juga mengkoordinasikan fungsi dan interaksi elemen struktural internal dan eksternal dari proses kreatif, untuk menciptakan budaya organisasi baru, penciptaan suasana kerja kreatif dalam kolektif.

Adapun manajemen pengembangan kreativitas individu tersebut, sebagaimana dikemukakan oleh James L. Adams (1989:100) sebagai berikut:

- Mengenali hubungan; banyak penemuan dan inovasi lahir sebagai cara pandang terhadap suatu hubungan yang baru dan berbeda antara objek, proses, bahan, teknologi, dan orang. Orang kreatif akan memiliki intuisi tertentu untuk mengembangkan dan mengenali hubungan yang baru dan berbeda dari fenomena tersebut. Hubungan ini dapat memperlihatkan ide-ide, produk, dan jasa yang baru.
- Mengembangkan perspektif fungsional; yang dapat melihat adanya perspektif fungsional dari benda dan orang. Seseorang yang kreatif dapat melihat orang lain sebagai alat untuk memenuhi keinginannya dan membantu menyelesaikan pekerjaan.
- Menggunakan akal; fungsi otak pada bagian yang terpisah antara kiri dan kanan telah dilakukan sejak tahun 1950-an serta tahun 1960-an. Otak bagian kanan digunakan untuk hal-hal seperti analogi, imajinasi, dan lain-lain, sedangkan otak bagian kiri digunakan untuk kerja, seperti analisis, melakukan pendekatan yang rasional terhadap pemecahan masalah, dan lain-lain. Proses kreativitas meliputi pemikiran logis dan analisis terhadap pengetahuan, evaluasi, dan tahap-tahap implementasi. Jadi apabila ingin lebih kreatif, harus melatih dan mengembang kan kemampuan kedua belah otak ini.

Dalam konteks Enterpreneurship, Thomas W. Zimmerer (1996) dalam teorinya telah merumuskan bahwa untuk menciptakan sesuatu diperlukan suatu kreativitas dan jiwa inovator yang tinggi. Seorang yang memiliki kreativitas dan jiwa inovator tentu berpikir untuk mencari dan menciptakan peluang baru agar lebih baik dari sebelumnya. Ide-ide kreatif sering muncul ketika wirausahawan melihat sesuatu yang lama dan berpikir sesuatu baru yang berbeda. Rahasia kewirausahaan adalah dalam menciptakan nilai tambah barang dan jasa melalui penerapan kreatifitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan meraih peluang yang dihadapi tiap hari. Menurutnya untuk dapat berpikir kreatif dalam konteks kewirausahaan dapat ditempuh dengan tujuh langkah (tahap), yaitu: persiapan (*Preparation*), penyelidikan (*Investigation*), transfor-masi (*Transformation*), penetasan (*Incubation*), penerangan (*Illumina tion*), pengujian (*Verification*), dan Implementasi (*Implementation*).

Kreativitas dapat dikembangkan melalui peningkatan jumlah dan ragam masukan ke otak, terutama tentang hal baru. Dengan memanfaatkan daya ingat, daya khayal dan daya serap otak agar dapat ditumbuhkan berbagai gagasan baru (kreatif). Kreativitas yang dihasilkan ini dapat berupa: menciptakan (betul-betul baru), mengkobinasikan (sintesis), dan modifikasi (fungsi/penggunaan baru).

Kemampuan kreativitas merupakan keterampilan yang inhern yang harus dimiliki para pelaku usaha industri baik usaha kecil, menengah maupun besar. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan sektor ekonomi terbesar di Indonesia yang berperan sekitar 99% dalam kegiatan ekonomi nasional, dan berperan penting dalam terciptanya lapangan pekerjaan yang menguasai hampir 64%. Undang-Undang No. 20/2008, yang mengatur tentang UKM mengartikulasikan bahwa perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

Menurut Bobbi De Porter & Mike Hernacki (2007:301) dalam bukunya Quantum Learning, bahwa proses kreativitas mengalir melalui lima tahap, yaitu: Persiapan; mendefinisikan masalah, tujuan atau tantangan.

a. Inkubasi; mencerna fakta-fakta dan mengolahnya dalam pikiran
b. Iluminasi; mendesak ke permukaan, gagasan-gagasan bermunculan
c. Verifikasi; memastikan apakah solusi itu benar-benar memecahkan masalah
d. Aplikasi; mengambil langkah-langkah untuk menindak lanjuti solusi tersebut.

Sedangkan menurut David Cambell (2006:96), bahwa proses kreatif urutannya sebagai berikut:

1. Persiapan (*preparation*): meletakan dasar, mempelajari latar belakang masalah, seluk beluk dan problematikanya. Meskipun tidak semua ahli adalah kreatif, namun kebanyakan pencipta adalah ahli. Terobosan gemilang dalam suatu bidang hampir selalu dihasilkan oleh orang-orang yang sudah lama berkecimpung dan lama berpikir dalam bidang itu. Persiapan untuk kreativitas itu kebanyakan dilakukan atas dasar "minat". Kesuksesan orang-orang besar tercapai dan bertahan, bukan oleh loncatan yang tiba-tiba, tetapi dengan usaha keras.
2. Konsentrasi (*concentration*): sepenuhnya memikirkan, masuk luluh, terserap dalam perkara yang dihadapi. Orang-orang kreatif biasanya serius, perhatiannya tercurah dan pikirannya terpusat pada hal yang mereka kerjakan.Tahap konsentrasi merupakan waktu pemusatan, waktu menimbang-nimbang, waktu menguji, waktu awal untuk mencoba dan mengalami gagal, trial dan error .

3. Inkubasi (*incubation*): mengambil waktu untuk meninggalkan perkara, istirahat, waktu santai. Sebuah busur tak dapat direntang terus-menerus untuk jangka panjang tanpa bahaya patah. Maka kita perlu melarikan diri dari perkara yang sedang kita selesaikan, masalah yang hendak kita pecahkan. Inkubasi merupakan saat di mana sedikit demi sedikit kita bebaskan dari kerutinan berpikir, kebiasaan bekerja, kelaziman pemakai cara.
4. Iluminasi: mendapatkan ide gagasan, pemecahan, penyelesaian, cara kerja, jawaban baru.

Salah satu teori tradisional yang sampai sekarang banyak dikutip ialah teori Wallas yang dikemukakan tahun 1926 dalam bukunya *The art of Thought* (dalam Piirto,1992:1-21), yang mengatakan bahwa proses kreatif meliputi empat tahap yaitu: persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi.

Pada tahap pertama, seseorang mempersiapkan diri untuk memecahkan masalah dengan belajar berpikir, mencari jawaban, bertanya kepada orang, dan sebagainya. Pada tahap kedua, kegiatan mencari dan menghimpun data/ informasi tidak dilanjutkan.

Tahap ketiga inkubasi ialah tahap di mana individu seakan-akan melepaskan diri sementara dari masalah tersebut, dalam arti bahwa ia tidak memikirkan masalahnya secara sadar, tetapi "mengeramnya" dalam alam pra sadar. Tahap iluminasi ialah tahap timbulnya "insght", saat timbulnya inspirasi atau gagasan baru, beserta proses-proses psikologis yang mengawali dan mengikuti munculnya inspirasi atau gagasan baru. Tahap verifikasi atau tahap evaluasi ialah tahap dimana ide atau kreasi baru tersebut harus diuji terhadap realitas. Di sini diperlukan pemikiran kritis dan konvergen. Dengan perkataan lain, proses divergen (pemikiran kreatif) harus diikuti oleh proses konvergensi (pemikiran kritis).

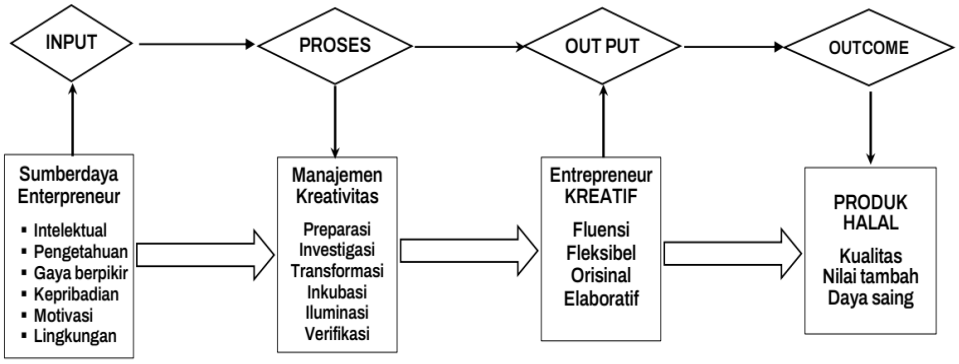
Berpikir kreatif (*creative thinking*) adalah kemampuan seseorang dalam mencari solusi untuk sebuah pertanyaan atau masalah dengan memikirkan dengan cara yang unik dan berbeda dari umumnya. Orang kreatif biasanya tidak terpaku pada satu sudut pandang, ia akan mencoba melihat sudut pandang lain untuk menghasilkan sesuatu yang baru. Untuk menghasilkan pikiran yang kreatif ini, dibutuhkan cara-cara khusus seperti melakukan analisis masalah, riset dan sebagainya. Intinya kreativitas tidak akan muncul begitu saja tanpa diasah dan diprogram.

Dari beberapa pandangan teori kreativitas dan proses pembentuk-an serta pengembangannya sebagaimana telah dikemukakan di atas, dapat dirumuskan konsep dan manajemen kreativitas, bahwa kreativitas merupakan penciptaan ide atau gagasan baru melalui daya pikir untuk pemecahan masalah secara efektif. Karena itu substansi kreativitas adalah

pada kemampuannya dalam berpikir. Artinya bagaimana seseorang dapat berpikir kreatif untuk menciptakan ide-ide, gagasan baru, serta mampu memecahkan berbagai persoalan yang dihadapinya, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang dengan cara-cara yang efektif dan efisien. Adapun manajemen proses berpikir kreatif individu tersebut dapat dilakukan dengan langkah-langkah; Persiapan (*preparation*), penyelidikan (*Investigation*), Konsentrasi (*concentration*), transformasi (*Transformation*), penetasan (*Incubation*), penerangan (*Illumination*), pengujian (*Verification*), dan Implementasi (*Implementation*).

E. Kerangka Konseptual

Dari beberapa teori dan tinjauan penelitian sebelumnya sebagaimana dikemukakan di atas dapat dipahami bahwa kreativitas adalah faktor psikologis berupa intuisi seseorang yang dapat dikembangkan melalui proses internalisasi pengetahuan dan pengalaman berdasarkan tuntutan lingkungan. Untuk mengembangkan manajemen kreativitas enterpreneur pada penelitian ini, dirumuskan kerangka konseptual yang diadaptasi dari teori kreativitas Guilford sebagai berikut:



Gambar 2.3. Kerangka konseptual Manajemen kreatif

Kerangka konseptual di atas dapat dijelaskan bahwa berdasarkan salah satu elemen penting untuk pembentukan kreativitas entrepreneur adalah dilakukan dengan Proses manajemen, yaitu dengan mengkolabora sikan sumber daya yang dimiliki entrepreneur dibarengi dengan di bangunnya sistem komunikasi yang intensif, melalui pengorganisasian kegiatan bisnisnya. Sumber daya dimaksud meliputi: memiliki kemampuan intelektual, pengetahuan, gaya berpikir, kepribadian, motivasi, serta didukung oleh lingkungan bisnis yang ada.

Sumberdaya yang dimiliki entrepreur ini sebagai input atau obyek bagi dilaksanakannya proses manajemen kreativitas dengan tahapan-tahapan: preparasi, investigasi, transformasi, inkubasi, iluminasi serta verifikasi. Manajemen yang telah berposes ini diharapkan menghasilkan output berupa Entrepreneur Kreatif yang memiliki: Kefasihan (*Fluency*) yaitu kemampuan menghasilkan gagasan yang hilang; Fleksibilitas (*Flexibility*); kemampuan untuk mengurangi berbagai jenis ide; Orisinalitas (*Originalality*); kemampuan untuk menghasilkan ide-ide yang tidak biasa; dan Elaborasi (*Elaboration*); kemampuan untuk mengembang-kan ide-ide itu. Sebagai outcomenya, maka dengan memiliki seluruh kemampuan tersebut di atas pada akhirnya terbentuk entreprenur kreatif yang mampu menghasilkan produk halal yang berkualitas, menghasilkan nilai tambah, serta berdaya saing di pasar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian tentang 'Manajemen Kreativitas Enterpreneur Industri Halal Menghadapi Persaingan Pasar Global' merupakan studi kasus terhadap Pegusaha (*enterpreneur*) UKM produk halal di wilayah Cirebon. Lokasi dan obyek penelitian dipusatkan pada pelaku usaha (enterpreneur) UKM industri halal di Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan Kabupaten Kuningan.

Penelitian ini termasuk jenis kategori pengembangan nasional, yakni pengembangan Ekonomi dan Bisnis berbasis Syariah. Penelitian tentang ekonomi dan bisnis syariah sebagai subjek yang menjadi perhatian berbagai kalangan, dan dipahami sebagai alternatif sistem perekonomian dunia. Kategori penelitian ekonomi syariah ini diarahkan pada tema industri olahan produk-produk halal, yang meliputi: food halal, travel, fashion,obat dan kosmetik, media dan hiburan, healthcare, serta keuangan syariah. Penelitian ekonomi dan bisnis berbasis syariah mesti meng-akomodasi kompetensi, isu perekonomian, konsep pemikiran, metodologi penelitian dan pembahasan sesuai pokok masalah. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep-konsep pemikiran dan postulat-postulat baru tentang ekonomi syariah, menghasilkan inovasi dan pengembangan di bidang ekonomi dan bisnis berbasis syariah, sehingga dapat berperan aktif dalam pengembangan kebijakan publik bagi perekonomian syariah.

B. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode studi kasus (*Observasional Case Study*) dengan pendekatan yang memadukan input data kualitatif dan kuantitatif sekaligus (*Mix Method*). Karena dalam pelaksanaannya meneliti secara cermat suatu kegiatan dan peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu (Creswell, J.,2003:19). Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, serta peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan (Given, L. M, 2008: 68). Studi kasus adalah merupakan salah satu jenis strategi dalam penelitian kualitatif. karena pada penelitian ini beranjak dari studi yang menghasilkan input data kualitatif (persepsi manusia) dengan bantuan kuesioner esay (Donald Ary, 2010:1007). Data yang digunakan adalah data primer dan data skunder.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan informan interviewee, yaitu produsen (*enterpreneur*) UKM dan para pengguna produk halal lokal maupun nasional serta pengisian kuesoner kepada responden sampel terpilih (para enterpreneur produk halal). Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Metode deskriptif digunakan untuk mengkaji sesuatu sebagaimana adanya. Penelitian kasus atau studi kasus ini dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi pada para enterpreneur khususnya dalam industri halal yang ada di wilayah Cirebon.

C. Jenis Penelitian

Jenis penelitian kasus ini bersifat deskriptif, yaitu suatu metode yang meneliti mengenai status dan obyek tertentu, sistem pemikiran atau suatu kejadian tertentu pada saat sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti, yang pada akhirnya dapat menemukan suatu konsep praktis. Metode deskriptif digunakan untuk mengkaji sesuatu sebagaimana adanya.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha yang memenuhi kriteria/ karakteristik yang ada di lima kabupaten dan kota berjumlah = 90.279 UMKM (BPS Jawa Barat, 2020) sebagai berikut:

1. Kota Cirebon = 3.023
2. Kab. Kuningan = 11.350
3. Kab. Cirebon = 26.474
4. Kab. Majalengka = 33.404
5. Kab. Indramayu = 16.028

Total = 90.279

Populasi enterprenur UKM seluruhnya berjumlah 90.279 unit usaha yang telah dan belum bersertifikat halal. Penelitian ditujukan pada industri olahan halal dengan kriteria/karakteristik: a. Merupakan industri olahan yang berpotensi dapat terkontaminasi campuran bahan yang diharamkan syariah; b. Memerlukan daya kreativitas dan inovasi desain produk, pelayanan, dan pemasarannya; c. Memiliki sertifikat halal dan atau tidak memiliki sertifikat tetapi diyakini proses pengolahan dan produknya halal; d. Memiliki prospek market share global. Adapun jenis-jenisnya berupa: 1) Industri makanan, minuman, kuliner, katering yang unik terutama yang bersifat kearifan lokal berpotensi global; 2) Industri food halal; 3) Industri Bakery; 4) Industri obat-obatan dan kosmetik herbal/tradisional yang sering mengalami kendala dalam pemasarannya, dan 5) Industri Barang Gunaan produk lokal (pakaian daerah).

Dari sejumlah populasi tersebut, kemudian ditentukan sampelyang akan menjadi obyek penelitian sekaligus sebagai responden. Sedangkan jumlah sample yang dijadikan obyek penelitian (Responden) dihitung menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, (2015) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

N : Jumlah populasi

n : Jumlah sampel

e : Batas toleransi kesalahan sebesar 1 %

Dengan formula ini diperoleh sejumlah sampel yang dihitung sebagai berikut::

$$n = \frac{90.279}{1+90.279(0,05)^2}$$

$$n = \frac{90.279}{1+90.279(0,0025)}$$

$$n = \frac{90.279}{1+225,6975} = \frac{90.279}{226,6975}$$

n = 398,235, dibulatkan menjadi 400.

Total sampel dalam penelitian ini berjumlah 400 pengusaha UKM industri Halal yang tersebar di lima kabupaten dan kota.

Berdasarkan jumlah 400 pengusaha tersebut, maka metode penyebaran penentuan sampel menggunakan metode *Proportionate*

Stratified Random Sampling. Dalam random sampling setiap pengusaha memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 3.1
Sampel Penelitian

No	Strata	Jumlah Populasi	Persentase dari Populasi (%)	Perhitungan Sampel	Jumlah Sampel
1.	Kota Cirebon	3.023	3,35%	$\frac{3,35}{100}$ x 400	14 Pengusaha
2.	Kab. Kuningan	11.350	12,57%	$\frac{12,57}{100}$ x 400	50 Pengusaha
3.	Kab. Cirebon	26.474	29,32%	$\frac{29,32}{100}$ x 400	117 Pengusaha
4.	Kab. Majalengka	33.404	37%	$\frac{37}{100}$ x 400	148 Pengusaha
5.	Kab. Indramayu	16.028	17,75%	$\frac{17,75}{100}$ x 400	71 Pengusaha
Total		90.279	100%		400 ngusaha

E. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini digali data, fakta dan informasi tentang faktor kreativitas para pelaku usaha sebagai enterpreneur dalam mengembangkan usahanya yang lebih inovatif dan sukses melalui teknik-teknik:

1. Studi kepustakaan, bertujuan untuk merumuskan konsep dan teori sebagai landasan penelitian melalui penelaahan literatur, buku, naskah ilmiah, laporan penelitian, dokumen, peraturan perundang-undangan negara, khususnya peraturan perundangan menyangkut usaha produk halal, sekaligus dijadikan referensi dalm penelitian ini.
2. Observasi/survey, yaitu dengan mengamati secara langsung pada obyek penelitian yang telah ditentukan meliputi enterpreneur usaha produk halal yang ada di wilayah Cirebon sebagai obyek yang sudah ditentukan. Untuk pengumpulan datanya digunakan instrumen angket (kuesioner) skala likert. Angket adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden (Likert, Rensis, (1932) dlm Bluman, 1998:4). Angket atau kuesioner diberikan kepada 400 responden sesuai jumlah sampel terpilih.
3. Wawancara (Intervieuw), baik dengan informan enterpreneur, pengguna produk maupun narasumber ahli, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi secara langsung yang dapat menjelaskan atau menjawab masalah penelitian yang bersangkutan secara obyektif. Selanjutnya dilakukan triangulasi data, yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara Pemeriksaan konsistensi

temuan yang dihasilkan oleh metode pengumpulan data yang berbeda seperti penggabungan metode kualitatif dengan data kuantitatif atau melengkapi data wawancara dengan data observasi (Miles, M.B. & Huberman, A.M.,1984). Hasil survei, wawancara dan observasi, dapat dibandingkan untuk melihat apakah hasil temuan sama. Jika kesimpulan dari masing-masing metode sama, maka validitas ditegakkan.

F. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini didasarkan pada rata-rata (mean) jawaban responden, yang diklasifikasikan atau dikategorikan dalam rentang (interval) total mean dari rata-rata terkecil 1 sampai dengan rata-rata terbesar 5 agar lebih mudah diinterpretasikan. Secara matematis didefinisikan sebagai selisih antara batas kelas atas dan batas kelas bawah. Interval kelas = batas kelas atas - batas kelas bawah. Dalam statistika, data disusun ke dalam kelas-kelas yang berbeda dan lebar kelas tersebut disebut interval kelas (Likert, Rensis, (1932) dalam Bluman, 1998:4). Adapun formula yang digunakan untuk menentukan besarnya interval kelas/ kategori dalam penelitian ini adalah:

$$C_i = \frac{R}{K}$$

Dimana:

C_i = Interval kelas/kategori

R = selisisih rata-rata tertinggi dengan rata-rata terendah

K = Jumlah Kelas

Sehingga diperoleh standar klasifikasi rata-rata jawaban responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2
Interval Kategori

Interval	Kategori
1 – 1,8	Sangat Buruk
>1,8 – 2,6	Buruk
>2,6 – 3,4	Sedang
>3,4 – 4,2	Baik
>4,2 – 5	Sangat Baik

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Enterpreneur Produk Halal di Wilayah Cirebon

Untuk menggambarkan tentang entrepreneur Usaha Kecil Menengah industri halal di wilayah Cirebon, diperoleh data melalui wawancara dengan para pelaku usaha sebanyak 25 informan (5 orang per kabupaten mewakili bidang usahanya masing-masing), yang telah menjalani usaha di bidangnya antara 5 sampai 30 tahun, dengan penghasil jenis produk halal yang terdiri:

1. Food halal: (makanan olahan dari buah2an, kedelai dan bahan lain); Dodol mangga, dodol sirsak, dodol ubi ungu, keripik singkong, tape ketan hitam, kerupuk ikan, kerupuk udang, kerupuk kulit.
2. Kelompok Roti dan kue/Bakery (cake/bolu, roti, kueh donat, kueh basah, kueh kering.
3. Minuman Herbal (Ramuan jahe, kunyit, jeruk nipis, madu, Temulawak.
4. Kelompok Susu dan olahan (minuman susu segar, yoghurt.
5. Kosmetik herbal dari bahan-bahan alami.
6. Fashion (halal by design, batik tulis, Perancang desain, penjahit).

7. Kerajinan rotan, limbah kerang laut, limbah bahan pakaian, limbah kertas.

Pada mulanya, latar belakang atau movitasi para entrepreneur berwirausaha dengan membuka usaha di bidang industri halal ini sangat beragam, yang secara keseluruhan umumnya disebabkan tuntutan ekonomi rumah tangga,yakni tidak memperoleh penghasilan atau pendapatan tetap secara pasti di sektor formal. Keragaman motivasi entrepreneur UKM industri halal menggeluti bisnis tersebut terungkap diantaranya adalah:

1. Berawal dari adanya tuntutan kebutuhan pragmatis/mendesak untuk memenuhi tanggung jawab memberi nafkah keluarga karena tidak mendapat pekerjaan tetap mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan pokok (*basicneeds, makan, biaya pendidikan anak, dll*). Usaha ini biasanya dimulai dengan cara instant, yakni berdagang kebutuhan sehari-hari yang lebih cepat menghasilkan uang. Tidak memiliki pengetahuan berwirausaha, hanya didorong oleh keinginan mencoba untuk memperoleh pendapatan.
2. Memiliki pengetahuan tanpa pengalaman dalam implementasi usaha, sehingga *trial and error.*
3. Kehilangan penghasilan/pekerjaan (PHK/pensiunan) daripada menganggur, sementara kebutuhan hidup mendesak.
4. Mengikuti cara usaha sebelumnya (ketika bekerja pada salah satu kegiatan usaha). Keluar dari pekerjaannya kemudian membuka usaha sendiri dengan meniru usaha yang sama.
5. Mencari penghasilan tambahan selain penghasilan rutin yang diperoleh dari bekerja bangunan dll.
6. Melanjutkan usaha orang tuanya yang sebagai pengusaha (genetik). Dan ini kebanyakan gagal, dengan keyakinan bahwa berusaha bukan garis tangannya, berbeda dengan garis tangan orang tuanya yang tidak bisa diwariskan kepadanya.
7. Melaksanakan kegiatan usaha secara alamiah
8. Pernah sukses tetapi traumatik akibat kegagalan usahanya, sehingga mencari peluang usaha baru di bidang lain yang dimulai dari nol kembali.
9. Mengikuti cara orang lain yang telah sukses.
10. Memiliki bakat pembawaan sebagai pengusaha.
11. Berwirausaha hanya mengisi kekosongan dari pekerjaan rutinnya di bidang lain (sebagai buruh serabutan karena memiliki keterampilan tertentu, misalnya)
12. Mendapat penawaran modal usaha dari pihak lain tanpa dibarengi dengan konsep bisnis apalagi bekal pengetahuan dan pengalaman berwirausaha.

Gambaran di atas tampak jelas bahwa sebagian besar pelaku usaha tidak ada yang memulai usahanya diawali dengan melakukan upaya analisis secara konseptual apalagi studi kelayakan (fisibility studi) sebelum menjalankan kegiatan usaha, kebanyakan menjalankan usaha secara intuitif, alamiah, langsung tindakan melaksanakan keinginan berusaha yang dipandang bisa mendatangkan penghasilan atau pendapatan untuk pemenuhan kebutuhan pokok keseharian. Umumnya meyakini apa yang diproduksi akan dapat dipasarkan walaupun dengan cara bersaing dengan produk-produk lain yang sejenis, terutama produk-produk pabrikan. Selalu optimis dengan apa yang dilakukannya. Kondisi semacam ini sudah tidak memungkinkaan lagi ada kesempatan waktu untuk belajar menumbuhkan kreativitas. Tidak mungkin lagi untuk mengikuti pendidikan formal karena sudah bukan waktunya lagi berskolah/kuliah, kecuali sebatas mengikuti pelatihan dan sejenisnya sesuai dengan kesempatan yang tersedia dan jika ada proyek dari pemerintah.

Karena latar belakang mereka terjun ke dunia usaha itu sangat beragam, tidak semua pengusaha memiliki bekal keterampilan teknis bisnis yang digelutinya, kecuali bagi mereka yang sudah menimba pengalaman di tempat kerja sebelumnya atau sudah memiliki sedikit keterampilan sebelum membuka usahanya, kemudian berkembang dengan sendirinya secara alamiah. Dalam hal mendesain produk, sebagian pengusaha: merancang dengan kemampuan sendiri (intuitif), menerima masukan dari konsumen, meniru produk orang lain, sebagian kecil timbul dari ide sendiri. Karena produk-produk halal ini terbatas pada jenis-jenis produk olahan tertentu; makanan, minuman, obat-obatan herbal, dan fashion, mereka memproduksi barang dengan bakat bawaan yang minus keterampilaan teknis produksi, dengan pemasaran konvensional tanpa bantuan perangkat teknologi.

Sambil berjalan usahanya, baru muncul ide-ide sesuai dengan tuntutan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya, dari di sinilah baru muncul karakter entrepreneurnya. Sebagain besar masih menggunakan teknologi konvensional, peralatan yang dirancang sendiri sesuai kebutuhan, hampir tidak ditemukan alat maupun pendukung produksi menggunakan teknologi modern atau canggih. Sebagian besar produk dipasarkan lokal, sebagian lainnya ada yang sudah merambah ke luar daerah tapi masih dalam satu propinsi, tidak ditemukan pemasaran yang menjelelajah ke seluruh nusantara.

Beberapa persoalan yang sering dihadapi para pelaku usaha kecil menengah industri halal ini, diantaranya adalah:

a. Kesulitan bahan baku, kenaikan harga-harga barang, tuntutan selera dan modist konsumen yang sering berubah.

b. Banyak pendatang baru dalam produk sejenis, sehingga terjadi perebutan pasar bahkan terjadi persaingan yang kurang sehat antar sesama produsen.
c. Kesulitan mempromosikan produk secara lebih luas, karena kurang memiliki biaya untuk promosi lewat saluran-saluran yang dapat menjangkau konsumen, seperti digitalisasi misalnya.
d. Kemampuan menggunakan media promosi by internet yang masih terbatas.
e. Modal yang terbatas dan banyaknya hambatan untuk mendapatkan akses permodalan, karena tidak dimilikinya persyaratan dasar yang dibutuhkan oleh dunia perbankan atau penyandang dana lainnya.

Masalah pendidikan, basic keterampilan yang dimiliki, serta pengalaman nya dalam berbisnis cukup mempengaruhi dalam kemampuan memecahkan masalah yang timbul dalam menjalankan kegiatan usahanya. Tingkat pendidikan formal sebagaian besar adalah lulusan SLTA dan SLTP bahkan Sekolah Dasar, hanya sedikit yang berpendidikan tingkat sarjana atau magister. Dengan didukung oleh pengalamannya dalam naluri berbisnis selama ini, masih sering kurang dapat berpikir solutif hingga menemukan ide-ide baru untuk mengatasi berbagai persoalan yang dihadapinya dalam mengelola usaha yang digelutinya. Di sisi lain mereka dituntut mendatangkan *return* dari hasil produksi untuk terus memutar roda usaha dan sustainibilitasnya.

Satu hal yang menarik dari para penguasaha kecil-menengah khususnya industri halal tentang konsep mengembangkan usahanya, hampir seluruhnya beragumen masalah keterbatasan modal dan sulitnya menjangkau akses pasar, karena persaingan produk yang muncul di pasar lokal. Hampir tidak ada yang menyatakan faktor kurangnya kemampuan kreativitas sebagai penghambat untuk bisa menemukan ide-ide dengan cara bagaimana usaha harus berkembang. Ini merupakan fenomena umum yang ditemukan dalam penelitian melalui interview. Rata-rata Pengusaha kecil-menengah masih fokus menjalani rutinitas kegiatan usaha keseharian dengan segala problematika yang dihadapinya, dengan mempertimbangkan kepemilikan modal yang ada. Terbatasnya informasi dan pengetahuan tentang bisnis global, sulitnya mencari akses pasar, masih terbatasnya kapasitas produksi, belum dimilikinya teknologi produksi yang memadai, tidak paham tentang mekanisme dan prosedur berbisnis menjadi penyebab belum dapat merambah ke pasar global. Belum didapatnya sistem komunikasi dengan broker-broker perantara/ mediator, itu semua menjadi penyebab belum berpikir lebih jauh untuk mengembangkan usaha dan keinginan memasuki pasar global. Hanya

sebagian kecil saja yang tahu tentang adanya dan perkembangan pasar global, itupun masih dalam tataran wacana dan harapan, belum banyak berbuat secara aksi.

2. Pengumpulan data

Penelitian terhadap entrepreneur atau pelaku usaha kecil menengah industri dilakukan di wilayah cirebon, meliputi daerah sekitar kota Cirebon, kabupaten Cirebon, kuningan, Majalengka dan Indramayu. Obyek yang diteliti adalah entrepreneur Usaha Kecil Menengah industri halal sektor pengolahan. Berdasarkan data BPS 2016, populasi berjumlah 90.279 entrepreneur. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 'proportionate stratified random sampling'. Berdasarkan penghitungan teknik sampling dengan rumus Solvin, dihasilkan sampel yang diteliti sebanyak 400 responden, selain interview dengan 25 informan. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner skala likert, dan jawaban responden telah kembali seluruhnya sebanyak 400 atau 100 %. Data jawaban responden tersebut dideskripsikan sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.1.
Hasil Pengumpulan Data

No	DIMENSI	INDIKATOR	Pernyataan	SKALA					Rata-rata
				SS	S	R	TS	STS	
1	Dimensi Persiapan (*Preparation*)	Nilai-nilai intelektual dan artistik	Saya suka membaca buku-buku sains, filsafat dan matematika	9	28	7	214	142	1,87
			Saya senang mendengarkan musik dan menonton film	2	147	60	125	66	3,27
									2,57
		Toleransi terhadap keraguan	Saya berusaha merespon secara positif setiap situasi ketidakpastian yang menimpa usaha saya	191	200	6	3	0	4,45
									4,45
2	Dimensi Investigasi (*Investigation*)	Ketekunan	Saya mempunyai tekad yang kuat agar produk saya bisa terjual sesuai target penjualan	289	110	1	0	0	4,72
			Saya berusaha mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait produksi dan penjualan produk	231	150	19	0	0	4,53
			Saya memiliki keyakinan yang kuat produk saya dapat diterima oleh konsumen	306	94	0	0	0	4,77
			Saya memiliki keterampilan yang baik dalam memasarkan produk	148	212	40	0	0	4,27
									4,57
3	Dimensi Transformasi (*Transformation*)	Minat akan kompleksitas	Saya berusaha memahami setiap masalah terkait dengan produk yang miliki	183	193	24	0	0	4,4
			Saya tertarik menjelajahi masalah sulit dan rumit untuk mendapatkan solusi	108	189	90	12	1	3,98
									4,19
4	Dimensi Inkubasi (*Incubation*)	Pemikiran mandiri	Saya berani mengambil keputusan secara mandiri dalam setiap masalah yang saya hadapi	10	47	37	170	136	2,06
			Saya bepegang teguh pada opini dan sikap saya sendiri meskipun berbeda dengan kelompok mayoritas	1	119	90	189	1	2,83
									2,44
5	Dimensi Iluminasi (*Illumination*)	Otonomi.	Saya selalu mengandalkan diri sendiri dan tidak bergantung pada orang lain	144	158	37	50	11	3,94
			Saya senang bekerja tanpa ada aturan yang terlalu mengikat	178	163	20	25	14	4,17
									4,05
6	Dimensi Verifikasi (*Verification*)	Kepercayaan diri	Saya adalah pribadi yang tidak pernah puas terhadap hasil usaha saya	1	133	94	172	0	2,91
			Saya mampu mengkreasikan produk yang saya jual agar cepat diterima oleh konsumen	10	54	37	156	143	2,08
									2,49
7	Dimensi Implementasi (*Implementation*)	Kepedulian pada pekerjaan dan pencapaian	Saya berusaha untuk disiplin terkait dengan produksi dan pemasaran produk saya	195	201	4	0	0	4,48
			Saya memiliki motivasi yang tinggi untuk bisa memenangkan persaingan usaha	184	197	14	5	0	4,4
			Saya berusaha menghasilkan produk yang memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan produk pesaing	191	197	7	5	0	4,44
									4,44
		Kesiapan mengambil risiko	Saya siap menghadapi risiko dari penjualan produk hasil kreativitas saya	170	214	14	2	0	4,38
			Saya selalu mencoba hal-hal baru untuk menghasilkan produk yang menarik meskipun orang-orang di sekitar saya tidak mendukung	142	193	46	19	0	4,15
									4,26

3. Dekripsi Data

Data yang dideskripsikan dalam tabel di atas merupakan jawaban langsung para responden secara spontanitas setelah memahami pernyataan dirinya melalui kuesioner tertutup dan operasional. Pernyataan-pernyataan kuesioner ini disusun berdasarkan indikator-indikator yang diturunkan dari dimensi-dimensi teori entrepreneurship yang bersumber dari grand teori Thomas W. Zimmerer (1996) tentang proses terbentuknya kreativitas pada seseorang entrepreneur. Hasil dari eksplorasi data empirik di lapangan, dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

a. Dimensi Preparation

Preparation diartikan sebagai kesiapan untuk memiliki kemampuan berpikir kreatif, dimana kesiapan ini dapat ditempuh melalui pendidikan, pengalaman, magang, dan pengalaman belajar lainnya. Indikator persiapan ini terdiri dari: 1) Nilai-nilai intelektual dan artistik, 2) Toleransi terhadap keraguan. Hasil penelitian untuk kedua indikator ini diukur dengan skala interval kategori diperoleh rentang nilai rata-rata 2,57.

b. Dimensi Investigasi

Investigasi atau penyelidikan mengandung pengertian bahwa untuk dapat berpikir menemukan ide-ide harus menyelidiki masalah yang dihadapi, kemudian diidentifikasi dan diurai akar masalahnya yang menyebabkan persoalan itu muncul. Tanpa menemukan dan menyelidiki akar masalahnya, sulit bagi entrepreneur untuk dapat menghasilkan ide-ide baru jika tidak memahami konsep atau komponen dasar tentang bisnis di bidang usaha itu.

Indikator dari dimensi investigasi ini adalah ketekunan. Tekun berarti rajin, keras hati atau bersungguh-sungguh. Seorang entrepreneur akan memiliki kemampuan berpikir kreatif manakala memiliki ketekunan yang sungguh-sungguh, bertekad keras untuk dapat meraih kesuksesan.Mampu mengidentifikasi serta memecahkan masalah di tempat kerja, mempunyai keyakinan akan kekuatan-kekuatan atau potensi dirinya, yang didukung dengan keterampilan-keterampilan yang dimilikinya. Hasil penelitian untuk indikator diukur dengan skala interval kategori diperoleh nilai rata-rata 4,57.

c. Dimensi Transformasi

Transformasi berarti perubahan. Pada dimensi ini mencoba mengidentifi kasi persamaan dan perbedaan informasi dan data yang sudah terkumpul dengan menggunakan berpikir konvergen dan divergen. Berpikir konvergen adalah kemampuan untuk melihat persamaan dan hubungan diantara beragam data dan kejadian. Sedangkan berpikir divergen adalah kemampuan melihat perbedaan diantara data dan kejadian yang beranekaragam ke dalam bentuk suatu ide. Pada dimensi ini ditunjukkan dengan indikator ‘minat akan kompleksitas’. Hasil penelitian untuk indikator ini diukur dengan skala interval kategori diperoleh rentang nilai rata-rata 4,19.

d. Dimensi Inkubasi

Inkubasi berarti penetasan, yaitu suatu waktu untuk melihat kembali berbagai informasi, seolah keluar dari masalah. Indikator

inkubasi dapat dilihat dari pemikiran mandiri. Untuk melacak indikator pemikiran mandiri diajukan dua pernyataan berani mengambil keputusan dan berpegang teguh pada opini sendiri, dan pemikiran sendiri, dan jawabannya diukur dengan skala interval kategori diperoleh rentang nilai rata-rata 2,06.

e. Dimensi Iluminasi (Illumination)

Illuminasi dapat diartikan sebagai proses inkubasi yang secara spontanitas memunculkan ide baru. Untuk mengetahui dimensi ini ditanyakan dari indikator Otonomi, yang jawabannya dinyatakan dalam dua pernyataan, yaitu selalu mengandalkan diri sendiri atau tidak bergantung kepada orang lain, dan senang bekerja tanpa aturan. Jawabannya diukur dengan skala interval kategori diperoleh rentang nilai rata-rata 4,05.

f. Dimensi Verifikasi (*verification)*

Verifikasi adalah untuk memvalidasi ide yang tepat dan akurat. Mengetahui verifikasi ini dapat dilihat dari indikator 'kepercayaan diri', dengan meminta dua pernyataan responden, yaitu pribadi yang tidak pernah merasa puas terhadap hasil usahanya, dan kemampuan untuk mengkreasikan produk yang dijual. Jawabannya diukur dengan skala interval kategori diperoleh nilai rata-rata 2,49.

g. Dimensi Implementasi

Implementasi berarti pelaksanaan mentransformasi ide menjadi kenyataan. Dimensi ini ditandai dengan dua indikator, yaitu 'kepedulian pada pekerjaan' dan 'kesiapan mengambil resiko. Indikator kepedulian dinyatakan dalam tiga pernyataan, yaitu berusaha berlaku disiplin, motivasi yang tinggi, dan berusaha menghasilkan produk yang memiliki keunggulan kompetitif. Sedangkan indikator kesipan mengambil resiko. Untuk mengetahui hal ini diajukan dua pernyataan, yaitu siap menghadapi resiko penjualan produk, dan selalu mencoba hal-hal yang baru. Jawabannya diukur dengan skala interval kategori diperoleh rentang nilai rata-rata 4,26.

4. Analisis Data

Data hasil jawaban responden yang telah dideskripsikan, dianalisis berdasarkan rata-rata (*mean*) yang diklasifikasikan atau dikategorikan dalam rentang (interval) total mean dari rata-rata terkecil 1 sampai dengan rata-rata tertinggi 5 untuk diinterpretasikan. Formula yang digunakan untuk menentukan besarnya interval kelas atau kategori dalam penelitian ini sebagaimana dikatakan Likert Rinses

(dalam Bluman), bahwa secara matematis didefinisikan sebagai selisih antara batas kelas atas dan batas kelas bawah. Interval kelas = batas kelas atas - batas kelas bawah. Dalam statistika, data disusun ke dalam kelas-kelas yang berbeda, dan lebar kelas ini disebut interval kelas. Untuk itu digunakan rumus sebagai berikut:

$$C_i = \frac{R}{K}$$

Dimana:
C_i = Interval kelas/kategori
R = selisisih rata-rata tertinggi dengan rata-rata terendah
K = Jumlah Kelas
Berdasarkan formula di atas maka dapat ditentukan besarnya interval kelas/ kategori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$C_i = \frac{1-5}{5} = 0{,}8$$

Sehingga diperoleh standar klasifikasi rata-rata jawaban responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.2
Penetapan Interval Kategori

Interval	**Kategori**
1 – 1,8	Sangat Buruk
>1,8 – 2,6	Buruk
>2,6 – 3,4	Sedang
>3,4 – 4,2	Baik
>4,2 – 5	Sangat Baik

Sehingga dapat dihitung sesuai kategori interval tersebut, yang hasilnya sebagaimana disajikan dalam rekapitulasi di bawah ini.

Tabel 4.3
Rekapitulasi Rata-rata Indikator Kreativitas

No	**Indikator**	**Rata-rata**	**Kategori**
1.	Nilai-nilai intelektual dan Artistik	2,57	Buruk

2.	Toleransi terhadap keraguan	4,45	Sangat Baik
3.	Ketekunan	4,57	Sangat Baik
4.	Minat akan kompleksitas	4,19	Baik
5.	Pemikiran mandiri	2,44	Buruk
6.	Otonomi	4,05	Baik
7.	Kepercayaan diri	2,49	Buruk
8.	Kepedulian pd pekerjaan&pencapaian	4,44	Sangat Baik
9.	Kesiapan mengambil risiko	4,26	Sangat Baik
Total Rata-rata Kreativitas		**3,72**	**Baik**

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Selanjutnya disusun sesuai perolehan nilai rata-rata tersebut menjadi peringkat indikator, sehingga dapat diketahui indikator-indikator yang memiliki nilai rendah berikut kategorinya sesuai standar interval kelas, hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Peringkat Nilai rata-rata Indikator Kreativitas

No	Indikator	Rata-rata	Kategori
1.	Ketekunan	4,57	Sangat Baik
2.	Toleransi terhadap keraguan	4,45	Sangat Baik
3.	Kepedulian pada pekerjaan & pencapaian	4,44	Sangat Baik
4.	Kesiapan mengambil risiko	4,26	Sangat Baik
5.	Minat akan kompleksitas	4,19	Baik
6.	Otonomi	4,05	Baik
7.	Nilai-nilai intelektual dan Artistik	2,57	Buruk
8.	Kepercayaan diri	2,49	Buruk
9.	Pemikiran mandiri	2,44	Buruk
Total Rata-rata Kreativitas		**3,72**	**Baik**

Data di atas menggambarkan bahwa entrepreneur UKM industri halal sektor pengolahan di wilayah cirebon, secara umum dianalisis dari sembilan indikator memiliki tingkat kreativitas yang ‘baik’,yaitu berada pada rentang nilai rata-rata 3,72 dari angka tertinggi 5,00. Bahkan beberapa indikator kreativitas yang dimiliki yaitu ketekunan, mampu menepis keragu-raguan, kepedulian dan kesiapan mengambil resiko usaha, dikatakan sangat baik, kecuali tiga indikator kreativitas yang dimiliki entrpreneur masih berada dalam kategori rata-rata buruk atau lemah, yaitu dalam hal: nilai-nilaiintelektual dan artistik, kepercayaan diri, dan pemikiran mandiri.

Interpretasi hasil temuan itu mengindikasikan bahwa entrepreneur industri halal khususnya di wilayah cirebon pada dasarnya telah memiliki nilai-nilai kreativitas yang baik, karena telah memenuhi unsur-unsur dan karakteristik kreativitas berdasarkan teori kreativitas kewirausahaan, dalam arti kreativitas dalam berwirausaha atau menjalankan usahanya, kendati mereka menjalani kegiatan usaha yang digelutinya tidak dilatar-belakangi dengan kemampuan dasar berwirausaha. Kreativitas yang dimiliki merupakan kreativitas yang bersifat pesikologis operasional bisnis sesuai tuntutan berwirausaha, seperti, ketekunan, keuletan, toleransi, kesiapan menghadapi resiko dan lainnya. Tetapi masih sangat kesulitan untuk dapat menyelesaikan masalah yang selalu dihadapi, menciptakan ide-ide baru maupun bersikap percaya diri serta kemandirian dengan berpikir kreatif untuk memcahkan masalah produksi serta usaha pemasarannya.

B. Pembahasan

1. Temuan Penelitian

Penelitian terhadap ‘kreativitas’ entrepreneur industri halal di Wilayah Cirebon, ditujukan pada dimensi dan indikator-indikatornya yang meliputi; Nilai-nilai intelektual dan Artistik (kemampuan berpikir kreatif), Toleransi terhadap keraguan, Kepedulian pada pekerjaan & pencapaian, Kesiapan mengambil risiko, Minat akan kompleksitas, Pemikiran mandiri (kemandirian), Otonomi, Kepercayaan diri, Kepedulian pada pekerjaan dan pencapaian, serta Kesiapan mengambil risiko.

Penelitian dilakukan terhadap 400 responden dari keseluruhan populasi sebesar 90.297 orang, didukung hasil wawancara dengan 25 informan. Hasilnya diketahui, bahwa secara umum entrepreneur UKM industri halal di wilayah Cirebon rata-rata memiliki kreativitas yang ‘Baik’. Namun dalam beberapa komponen inti kreativitas tersebut, masih berada dalam kondisi atau kategori yang ‘buruk’ atau lemah, yaitu indikator-indikator dalam hal kemampuan berpikir kreatif, kepercayaan diri, dan sikap kemandirian.

Penilaian tersebut diukur dari sembilan indikator kreativitas yang bersumber dari grand teori Kreativitas entrepreneur Thomas W. Zimmerer (1996), dan Amabile yang dikembangkan dengan teori kreativitas perspektif psikologi Guilford (1950), Sternberg (2006), James L. Adam (1989), Maslow (1967), dan De Bobbi Porter (1997).

Lemahnya nilai-nilai intelektual dan artistik atau kemampuan berpikir kreatif, kemandirian, serta rasa percaya diri ini disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya adalah: tingkat pendidikan yang

ditempuh, kurang memiliki ilmu pengetahuan terkait dengan bisnis, rendahnya minat baca literatur, terbatasnya akses informasi, minimnya keahlian teknologi, dan sebagainya. Kondisi ini lebih dikarenakan oleh kesibukan rutinitas keseharian dalam mengelola usahanya. Di sisi lain, jika dilihat dari latar belakang membangun usaha awalnya, yang kebanyakan kurang memiliki keterampilan memadai serta tidak didukung dengan bakat pembawaan keahlian di bidangnya. Karena itu untuk memenuhi langkah preperasi ini adalah perlu ditempuh dengan pendidikan dan pelatihan, baik secara formal, non formal maupun informal.

Berdasarkan temuan tersebut, maka pembahasan selanjutnya difokuskan pada pengkajian terhadap aspek-aspek yang masih terindikasi buruk, yang dipandang sebagai kelemahan kreativitas para entrepneur. Ketiga indikator yang buruk tersebut mengindikasikan rendah/lemahnya kemampuan berpikir kreatif, atau disebut juga dengan *mindset*, selain kepercayaan diri, dan sikap kemandirian yang melekat pada Pelaku Usaha Kecil Menengah sektor olahan. Pengkajian terhadap kelemahan-kelemahan kreativitas atau mindset ini didasarkan bahwa kemampuan berpikir kreatif, kepercayaan diri, dan kemandirian merupakan elemen-elemen penting dari karakter dasar atau kemampuan yang mutlak harus melekat pada seorang wirausaha, selain karakter-karakter lainnya seperti; berani mengambil risiko, kemandirian, memiliki komitmen, percaya diri, independence, berwawasan, dll.

Dalam bahasa entrepreneurship, berpikir kreatif ini disebut juga dengan *mindset*, yaitu pola pikir. Berpikir kreatif dan mindset ini, keduanya merupakan peta jalan menuju suksesnya wirausaha seseorang. Gagasan tentang pola pikir (*mindset*) kewirausahaan direferensikan oleh keadaan pikiran yang mengubah status individu menjadi seorang wirausaha. Oleh karena itu seorang individu menjadi wirausahawan berkat keadaan pikirannya yang memungkinkannya untuk menganalisis dunia dan peluang serta kemungkinan yang ditawarkannya.

Pola pikir kewirausahaan adalah analisis tentang dunia, peluang dan kemungkinannya, juga pemahaman bagaimana seorang individu dapat berkontribusi pada pembangunan dan kemajuan sistem ekonomi dan sosial,yang akhirnya mengkonversi ide menjadi tindakan untuk mencapai tujuan. Mcgrath dan MacMillan mengklasifikasi pola pikir kewirausahaan berdasarkan tiga faktor; kemampuan untuk merasakan, kemampuan untuk bertindak cepat, dan kemampuan untuk memobilisasi sumber daya,bahkan dalam kondisi yang tidak menentu. Seorang individu yang berhasil mengubah proses kewirausahaan

melalui sarana pola pikir atau berpikir kreatif kewirausahaan menunjukkan betapa pentingnya mewakili pemeliharaan pola pikir kewirausahaan.

Melakukan bisnis kewirausahaan menyiratkan bahwa seorang individu harus menentukan dan memanfaatkan peluang yang diajukan oleh lingkungan**.** Jiwa wirausaha juga dilambangkan sebagai pola pikir kewirausahaan adalah praktik inovatif yang mengarah untuk menemukan dan mengembangkan peluang dan kemudian mengatur perilaku yang benar untuk secara efektif memanfaatkan peluang tersebut. Hitt, & Sirmon menyimpulkan bahwa pola pikir (*Mindset*) kewirausahaan dapat memfasilitasi promosi fleksibilitas, kreativitas, inovasi berkelanjutan, dan pembaruan. Situasi ini didasarkan pada proses pembelajaran untuk peningkatan osilasi kognitif manusia generasi pikiran.

Demikian juga Neck at.al.(2007) menyajikan tiga kebiasaan yang perlu dibudayakan untuk mindset kewirausahaan yaitu: kepemimpinan diri, kreativitas, dan improvisasi. Kreativitas sebagai kapasitas untuk menghasilkan ide, wawasan, penemuan produk, atau benda seni baru yang dianggap unik, berguna, dan bernilai bagi orang lain. Kreativitas bukanlah sesuatu yang dilahirkan, tapi kreativitas adalah menciptakan dalam tindakan. Studi telah menunjukkan bahwa orang-orang yang Kreativitas terbuka terhadap pengalaman, gigih, mudah beradaptasi, orisinil, termotivasi, mandiri, dan tidak takut gagal. Dweck memaparkan bahwa setiap orang mempunyai mindset yang berbeda, bertindak berbeda, dan bernasib berbeda satu sama lain. Perbedaan ini diklaim oleh beberapa ahli disebabkan oleh perbedaan fisik seperti benjolan pada tengkorak (*frenologi*), ukuran dan bentuk tengkorak *(craniology*).

Konsep-konsep tersebut dimaksudkan agar entrepreneur UKM industri halal dengan berpikir kreatif dan mindsetnya mampu berimajinasi menciptakan ide atau gagasan-gagasan baru, menemukan potensi dan peluang, guna meningkatkan dan memperbaiki usaha, mampu memecahkan masalah yang dihadapi, serta menghasilkan sudut pandang baru terhadap suatu masalah, sehingga menemukan solusi alternatif untuk menekan kelemahan dan hambatan-hambatan dalam mengembangkan usahanya. Kemampuan berpikir kreatif atau mindset ini merupakan sikap dasar yang harus melekat (*inhern*) pada seorang entrepreneur dalam menjalankan usahanya secara lebih efektif dan berhasil guna.

Adapun kelemahan indikator kepercayaan diri, dan sikap kemandirian yang masih ada pada entrepreneur, akan dapat diselesaikan dengan dimilikinya kemampuannya berpikir kreatif.

Artinya, dengan meningkatnya kemampuan berpikir kreatif yang tinggi, akan menimbulkan rasa percaya diri, dan tidak selalu ingin bergantung kepada orang lain. Oleh karena itu, upaya untuk mengembangkan kemampuan berpikir kreatif entrepreneur agar meningkat, perlu dibangun kerangka manajemen yang dapat meningkatkan kemampuan berpikir kreatif para entrepreneur. Sebagaimana dikatakan Zimmerrer bahwa Kreativitas dapat dikembangkan melalui peningkatan jumlah dan ragam masukan ke otak, terutama tentang hal baru. Dengan memanfaatkan daya ingat, daya khayal dan daya serap otak agar dapat ditumbuhkan berbagai gagasan baru (kreatif). Kreativitas yang dihasilkan ini dapat berupa: menciptakan (betul-betul baru), mengkobinasikan (sintesis), dan modifikasi (fungsi/penggunaan baru). Tujuan dari manajemen kreatif ini untuk penyediaan dan menjaga keunggulan kompetitif individu dengan kekuatan mendorong dan mempromosikan bakat, potensi kreatif personal, pengenalan inovatif teknologi manajemen, khususnya pelaku usaha kecil-menengah industri halal olahan yang ada di wilayah Cirebon.

2. Manajemen Pengembangan Kreativitas Enterpreneur

Manajemen kreativitas adalah proses pembuatan keputusan manajemen melalui serangkaian prosedur yang berurutan, membentuk rencana umum manajemen proses kreatif, dalam upaya mengkoordinasikan fungsi dan interaksi elemen struktural internal dan eksternal dari proses kreatif, untuk menciptakan budaya organisasi baru, penciptaan suasana kerja kreatif dalam kolektif.

Menyikapi realitas masih lemahnya kemampuan berpikir kreatif pelaku usaha kecil menengah industri halal produk olahan sebagaimana diuraikan di atas, maka upaya yang dapat dilakukan adalah megembangkannya dengan menerapkan manajemen kreativitas. Manajemen dimaksud adalah dengan melakukan suatu proses pengelolaan dalam mengembangkan atau meningkatkan kemampuan berpikir kreatif entrepreneur dengan langkah-langkah yang diarahkan berdasarkaan teori kreativitas entrepreneurial. Langkah-langkah proses tersebut terutama terhadap aspek-aspek yang masih lemah, yang penting untuk dikembangkan atau ditingkatkan, yaitu dalam hal: nilai-nilai intelektual dan artistik, pemikiran mandiri, dan kepercayaan diri enterpreneur. Upaya manajemen yang dapat dilakukan terkait dengan ketiga kelemahan di atas, diawali dengan melakukan langkah persiapan (*preparation*) yaitu menyiapkan kondisi kepada entrepreneur untuk mengatur dirinya (merenung), melakukan hal-hal apa yang harus

dilakukan dengan mengoreksi diri kelemahan-kelemahan yang dirasakan, seraya mengukur diri kemampuan yang harus dilakukan, yang dapat menstimulasi berpikir kreatif.

Langkah preparasi sebagaimana telah dibahas di atas, bahwa untuk dapat mengembangkan kemampuan berpikir kreatif para entrepreneur pada tahap ini adalah ditanamkan melalui belajar, pendidikan, pelatihan dan mereduksi pengalaman masa lalu selama perjalanan bisnisnya. Karena kondisi lemahnya kemampuan berpikir kreatif ini pada dasarnya harus diupgrade melalui pendidikan dan pelatihan untuk belajar kembali tentang nilai-nilai intelektual dan artistik yang selama itu kurang dimiliki.

Bagi para pelaku usaha kecil menengah (entreprenur) yang telah menjalankan usahanya dalam kurun waktu antar 5 sampai 30 tahun, kurang memungkinkan untuk mengikuti pendidikan formal maupun non formal, karena mereka disibukkan mengelola usahanya, apalagi ketika kegiatan usahanya menghadapi berbagai masalah, baik berkaitan dengan kegiatan porduksi, regulasi maupun mencari akses pemasarannya. Waktu dan kesempatan terkuras demi memikirkan dan mengelola usahanya itu. Ditambah lagi dengan faktor usia yang semuanya berada pada usia dewasa. Kondisi seperti itu sulit bagi mereka untuk mengikuti pendidikan formal maupun non formal yang terikat oleh struktur aturan serta jenjang waktu belajar dalam jangka waktu tertentu.

Jika langkah pendidikan dalam kondisi usia dewasa ini menjadi keharusan belajar dalam upaya mengembangkan kemampuan berpikir kreatifnya, maka media belajar yang memungkinkan dapat diikuti adalah melalui pendidikan informal dengan belajar mandiri ataupun bantuan pihak lain. Tentang aturan, kesempatan dan waktu belajarnya diatur dan dikelola dengan manajemen diri untuk merefleksikan dan mengaktualisasikan segala potensi pikirannya secara open minded. Dengan demikian manajemen pengembangan yang dilaksanakan adalah manajemen diri melalui refleksi diri, dengan bermodalkan pengetahuan dan pengalamannya sendiri.

Upaya perenungan diri ini sekaligus memasuki tahap penyelidikan (*Investigation*). Pada tahap ini entrepreneur melakukan tindakan koreksi diri secara komprehenship, sebab musabab datangnya kesulitan yang menjadi kendala dalam kegiatan usahanya untuk dapat berkembang, atau dapat memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Dengan bahasa lain, tindakan koreksi diri ini dapat dilakukan dengan menganalisa lingkungan (*environment scanning*) baik secara internal diri dan usahanya maupun eksternal yang mempengaruhinya.

Koreksi diri atau analisis lingkungan internal ini menyangkut kemampuan diri, maupun fisik bisnis yang sedang dijalankan. Untuk koreksi kemampuan diri, hendaknya dievalusi seberapa kuat pengetahuan, tingkat kecerdasan pemikiran, dan pendidikan yang dimiliki untuk dapat memecahkan setiap persoalan yang selalu dihadapi. Sedangkan dalam aspek bisnis, hendaknya dievaluasi proses kegiatan bisnis yang sedang berjalan, apakah sudah memiliki aset fisik bisnis ini, seperti pelanggan, peralatan, teknologi, permodalan, paten produk, dan yang lebih penting lagi adalah keunggulan kompetitif yang dimiliki dibanding bisnis pesaingnya.

Evaluasi diri juga dapat dilakukan dengan mengkoreksi kelemahan diri dan usaha bisnisnya. Hal ini diperlukan untuk menekan sikap egosentris dalam bersaing, yaitu dengan merasa lebih baik dibanding kegiatan usaha orang lain. Evaluasi atau koreksi diri ini misalnya dalam hal-hal yang diperlukan untuk membuat usahanya lebih kompetitif, dalam hal apanya yang perlu diperbaiki, serta kekuarangan-kekurangan lainnya dalam perpektif dirinya dibandingkan dengan usaha bisnis orang lain. Intinya, koreksi diri ini merupakan langkah inventarisasi permasalahan yang memerlukan pemikiran kreatif, sebagai langkah investigatif melalui analisis lingkungan internal tersebut.

Setelah inventarisasi masalah yang perlu dipecahkan dengan stimulasi berpikir kreatif semuanya sudah terinterventasir, langkah berikutnya adalah berkonsentrasi (*concentration*) menuju transfor-masi atau untuk terjadinya perubahan-perubahan. Artinya, dari semua permasalahan tersebut, entrepreneur memusatkan perhatian dan pikiran ditujukan untuk mengkaji sumber-sumber masalahnya dengan memulai proses inkubasi. Proses ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran-gambaran yang menjadi biang persoalan dalam menjalankan kegiatan usaha bisnisnya. Masa inkubasi atau penetasan adalah dimana entrepreneur dalam praktek berpikir kreatifnya memerlukan berbagai macam mekanisme dan atau metode pendampingan dalam cara pemecahan masalahnya. Pada kondisi ini, entrepreneur mungkin mengalami kesulitan untuk mengiplementasi kannya sendiri. Di sinilah diperlukannya pendampingan dari pihak inkubator. Pendampingan inkubator ini dapat berupa: Coaching bisnis, Mentoring, Consulting bisnis, atau Training/Workshop.

Kegiatan pendampingan tersebut pada dasarnya bahwa setelah entrepreneur menemukan berbagai persoalan terkait dengan pengembangan usahanya, adalah dilakukan dengan manajemen diri, dengan cara mengeksplorasi dan mengelola diri dengan melakukan koreksi, evaluasi, serta perenungan diri. Namun dengan cara ini saja

belum cukup, tetap memerlukan pendampingan, paling tidak untuk mengantarkan pada praktek manajemen dirinya, dan menumbuhkan motivasi instrinksik dan meningkatkan gairah untuk belajar secara mandiri. Dalam prakteknya, upaya pendampingan untuk memperkuat nilai-nilai intelektual dan artistik pada enterpreneur produk halal di wilayah Cirebon ini, dapat dilakukan melalui pendidikan (terus belajar), pelatihan dan pengalaman masa lalunya. Langkah ini selain dilakukan oleh personal, penting juga bersinergi dengan *stake holder* dalam hal ini pemerintah,yang memberikan daya dukung kemudahan akses sumber-sumber intelektual dan artistik bagi para enterpreneur, agar memiliki kefasihan (*Fluency*) yaitu kemampuan menghasilkan gagasan yang hilang; fleksibilitas (*Flexibility*); kemampuan untuk mengurangi berbagai jenis ide; Orisinalitas (*Originalality*); kemampuan untuk menghasilkan ide-ide yang tidak biasa; serta Elaborasi (*Elaboration*), yaitu membiasakan diri dalam berpikir kreatif melalui pengalaman-pengalaman dari hasil belajar atau pendidikan tersebut. Oleh karena itu, dalam proses pengembangkan kemampuan berpikir kreatif ini, pada dasarnya dilakukan melalui manajemen diri dengan perspektif pembelajaran mandiri.

a. Manajemen Diri Berbasis Pembelajaran Mandiri

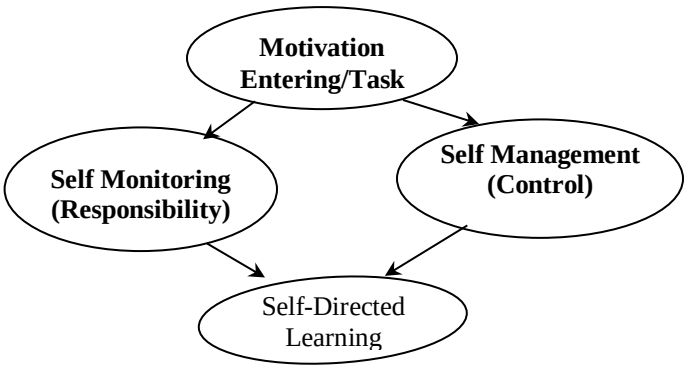
Pembelajaran mandiri adalah salah satu pendekatan pendidikan, dimana individu mengambil tanggung jawab untuk pembelajaran mereka sendiri, yang secara aktif terlibat dalam mengendalikan proses pembelajaran, dapat disebut juga sebagai individu mandiri. Pembelajar memiliki kemampuan untuk memilih strategi belajarnya sendiri, sumber daya dan menilai hasil untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Banyak perkembangan baru dalam pendidikan. Pembelajaran mandiri ini didasarkan beberapa asumsi utama, bahwa: (1) Manusia tumbuh dalam kapasitas dan kebutuhan untuk mampu mengarahkan diri sebagai komponen penting dalam pendewasaan. (2) Pengalaman pembelajar semakin menjadi sumber daya yang kaya untuk belajar yang harus dimanfaatkan bersama dengan sumberdaya para ahli. (3) Individu menjadi siap untuk mempelajari apa yang dibutuhkan untuk melakukan tugas hidup mereka yang berkembang atau untuk mengatasi masalah hidup mereka secara lebih memadai, (4) Orientasi alami individu adalah tugas atau berpusat pada masalah, (5) Pembelajar dimotivasi oleh insentif internal seperti sebagaimana kebutuhan akan harga diri (Knowles,1975:18).

Teori pembelajaran dengan pendekatan modem ini untuk orang dewasa memiliki orientasi yang sangat pragmatis. Selain itu, dikemukakan juga bahwa orang dewasa menemukan pengaturan informal yang kondusif untuk belajar, dan mereka menginginkan detail yang tepat dari apa yang diharapkannya. Kesempatan untuk mempraktikkan keterampilan baru mereka dan umpan balik langsung tentang proses pembelajarannya. Bagi orang belajar mandiri atau refleksi diri ini memungkinkan kebebasan untuk belajar sambil bekerja secara mandiri, atau fokus pada belajar. Sistem pembelajaran seperti ini menekankan pada isi dan metode belajar dari kesalahan masa lalu yang dipandang sebagai kesempatan untuk belajar. Menghubungkan pembelajaran dengan aplikasi praktis dan kehidupan nyata. Belajar mandiri juga sebagai usaha manajemen yang dapat dilakukan untuk mengatasi kurangnya kemandirian enterpreneur melalui proses pendidikan inkubasi (*incubation*), yaitu proses cipta kondisi kepada seseorang agar dapat melihat kembali berbagai informasi yang ada di sekitarnya.

Metode problem solving yang didukung dengan pemikirin kreatif akan mendukung efektivitas pembelajaran. Karena dengan cara ini mengadaptasi pengetahuan dan keterampilan yang dipelajari dengan konteks baru atau melalui perubahan lingkungan yang terjadi. Pentingnya pendidikan dengan belajar mandiri diri bagi wirausahawan sebagai orang dewasa ini, dimaksudkan untuk melakukan proses refleksi diri secara sistematis dan berkelanjutan, dengan tujuan untuk mencapai perubahan pada pengetahuan, sikap, nilai dan keterampilan. Pembelajaran mandiri pada proses pengembangan kreativitas individu ini akan lebih efektif, karena didorong dengan asumsi-asumsi yang dapat ditimbulkan dari situasi, antara lain bahwa: (1) orang dewasa lebih termotivasi untuk belajar sesuai dengan kebutuhan dan minatnya; (2) Orientasi belajar bagi orang dewasa adalah berpusat pada kehidupan; (3) pengalaman sebagai sumber kekayaan untuk belajar; (4) orang dewasa mengharapkan berhubungan sendiri dengan kebutuhan yang tepat; (5) perbedaan individual diantara perorangan berkembang sesuai dengan umurnya. Keterampilan ini berimplikasi pada kemampuan berpikir kreatif, seumur hidup, menciptakan dan menerapkan ide-ide baru, dengan asumsi; memiliki motivasi yang tinggi,bertanggung jawab, menjalin komunikasi, pemecahan masalah yang kreatif dan kolaborasi yang efektif dengan orang lain, yang kesemuanya itu diperlukan dalam peningkatan kemampuan diri dan usahanya.

Pembelajaran mandiri ini disebutkan oleh Gibbons (2002:134) sebagai *self-directed learning*, yaitu satu usaha yang dilakukan seseorang pembelajar untuk meningkatkan pengetahuan, keahlian, prestasi terkait orientasi pengembangan diri, dimana individu menggunakan banyak metode dalam banyak situasi serta waktu yang dilakukan secara relatif mandiri. Dalam teori belajar, belajar mandiri atau refleksi diri ini menganut self-Directed Learning,yang telah dikembangkan dengan berbagai teorinya. Tuntutan untuk terus belajar melalui self-Directed Learning, sebagai upaya untuk mengembangkan kemampuan berpikir kreatif, yang dapat diimplementasikan melalui manajemen diri. Song & Hill (2007:27-42) menyatakan, Manajemen diri mengacu pada kesediaan dan kapasitas untuk melakukan pendidikan sendiri. Lebih lanjut Garrison's (1997:18) menegaskan bahwa model teoritis self-Directed Learning mengintegrasikan tiga kekuatan, yakni: (1) manajemen diri, (2) pemantauan diri secara bertanggung jawab, dan (3) dimensi motivasi. Dimana dalam manajemen diri tersebut pembelajar mengambil kendali konteks pembelajaran untuk mencapai tujuan pembelajarannya. Sebagaimana digambarkan dalam modelnya sebagai berikut:

FIGURE 4.1: Garrison's Model For SDL



Source: Recreated from Garrison (1997:3)

Model tersebut dijelaskan bahwa 'manajemen diri terlibat' individu mengambil kendali konteks pembelajaran untuk mencapai tujuan. Upaya menuju belajar hanya mungkin terjadi, jika individu termotivasi. Ini menyiratkan bahwa nilai yang mereka rasakan dan keberhasilan yang diantisipasi, tujuan pembelajaran dimulai. Motivasi berfungsi diantara kontrol dan tanggung jawab selama proses pembelajaran. Dalam model ini, motivasi memiliki dua

dimensi yaitu, (1) memasuki motivasi, dan (2) motivasi tugas. Setiap individu harus diberi kebebasan untuk memilih bagaimana mereka ingin mengeksekusi proses pembelajaran.

Belajar mandiri adalah refleksi diri tentang konten, dan proses pembelajaran sangat penting mengambil kepemilikan atau tanggung jawab untuk belajar. Karakteristik dan keterampilan Self-Directed Learning Self Monitoring (*Responsibility*) Motivation (*Entering/ Task*) Self Management (*Control*) adalah kunci dalam membantu wirausahawan mengatasi perubahan. Perubahan tersebut termasuk bahwa pengetahuan adalah terus berubah dan berkembang, dan tantangan itu adalah terus berubah. Selanjutnya, Candy (1999: 22-23) menambahkan bahwa Pengarahan diri sebenarnya mencakup dimensi proses dan produk (hasil), dan mengacu pada empat yang berbeda, tetapi terkait satu fenomena, yaitu, (1) otonomi pribadi, (2) manajemen diri, (3) kontrol pembelajar dan (4) otodidak.

Dalam tinjauan literatur lainnya diungkapkan bahwa bahwa belajar mandiri (Self-Directed Learning) semakin dipertimbang kan sebagai proses yang sesuai untuk mendukung pendidikan kewira-usahaan yang efektif. Dikatakan Neimi (1985:26) bahwa Self-Directed Learning merupakan proses yang cocok untuk mengembang kan dan mendukung keterampilan dan karakteristik pendidikan kewirausahaan. Tren untuk memasukkan SDL sebagai keterampilan yang perlu dikembangkan dalam pendidikan kewirausahaan ini, semakin terbukti dalam literatur. Pembelajar dewasa adalah orang yang kembali belajar, secara penuh waktu atau paruh waktu, setelah jangka waktu tertentu waktu yang dihabiskan untuk kegiatan lain. Belajar adalah merupakan tangga (*Scafolding*), untuk meningkat secara otonomi sehingga individu menjadi lebih percaya diri dalam proses belajarnya sendiri.

Tseng (2013:428) bahkan mencatat bahwa pengusaha yang memiliki kemampuan untuk mengarahkan pembelajaran mereka sendiri, lebih mungkin untuk sukses. Karakteristik dan keterampilan adalah kunci dalam membantu wirausahawan mengatasi perubahan. Perubahan tersebut termasuk bahwa pengetahuan adalah terus berubah dan berkembang, dan tantangan itu juga terus berubah. Smith (2002:103) telah mengakui bahwa pengembangan kemampuan di antara pembelajar dengan pengarahan diri sendiri di tempat kerja, cukup efektif. SDL sebagai tujuan yang layak dikejar oleh organisasi yang ingin mencapai pengembangan pengetahuan dan keterampilan untuk keunggulan kompetitif dalam konteks industri yang berubah dengan cepat. Selanjutnya, J. Mezirow (1985:17) menegaskan bahwa tidak ada konsep yang lebih penting

untuk pendidikan orang dewasa kecuali pembelajaran mandiri. Menurut Morris (1994:109) menambahkan, bahwa teori Knowles tentang pendidikan orang dewasa akan berhasil dalam situasi, dimana mereka sangat termotivasi, dapat berpartisipasi dalam proses pembelajaran, serta memiliki aplikasi praktis untuk konten pembelajaran.

Teori pembelajaran dengan pendekatan modem ini untuk orang dewasa memiliki orientasi yang sangat pragmatis, menemukan pengaturan informal yang kondusif untuk belajar, dan mereka menginginkan detail yang tepat dari apa yang diharapkannya. Kesempatan untuk mempraktikkan keterampilan baru mereka, merupakan umpan balik langsung tentang proses pembelajarannya. Bagi orang belajar mandiri atau refleksi diri ini memungkinkan kebebasan untuk belajar sambil bekerja secara mandiri, atau fokus pada belajar. Sistem pembelajaran seperti ini menekankan pada isi dan metode belajar dari kesalahan masa lalu yang dipandang sebagai kesempatan untuk belajar. Menghubung kan pembelajaran dengan aplikasi praktis dan kehidupan nyata. Metode problem solving yang didukung dengan pemikirin kreatif akan mendukung efektivitas pembelajaran. Karena dengan cara ini mengadaptasi pengetahuan dan keterampilan yang dipelajari dengan konteks baru atau melalui perubahan lingkungan yang terjadi.

Dalam konteks ini Knowles (1975:18) menggambarkan pembelajaran mandiri sebagai proses dimana individu mengambil inisiatif tanpa bantuan orang lain dalam mendiagnosis kebutuhan belajarnya, merumuskan tujuan, mengidentifikasi sumber daya manusia dan materi, serta mengevaluasi hasil belajarnya. Alasan untuk belajar mandiri sebagai berikut: (1) Individu yang mengambil inisiatif dalam belajar, bisa belajar lebih banyak hal dan belajar yang lebih baik, daripada menunggu guru untuk diajar, (2) Belajar mandiri lebih selaras dan fleksibel dengan proses alami perkembangan psikologis individu.

Belajar mandiri juga sebagai usaha manajemen yang dapat dilakukan untuk mengatasi kurangnya kemandirian enterpreneur melalui proses pendidikan inkubasi (*incubation*), yaitu proses cipta kondisi kepada seseorang agar dapat melihat kembali berbagai informasi yang ada di sekitarnya. Lalu bagaimana implementasi belajar mandiri sebagai bentuk manajemen diri tersebut dalam praktek? Banyak teori yang mengarahkan untuk dapat melaksanakan belajar mandiri bagi orang dewasa ini, sebagai bentuk manajemen diri entrepreneur. Sebagimana telah dijelaskan di atas, bahwa sebagai syarat dasar adalah harus memiliki motivasi

atau kemauan yang kuat untuk berhasil dalam berwirausaha melalui kemampuan berpikir kreatif berbasis masalah. Karena langkah-langkah belajar mandiri ini baru akan dapat dicapai ketika didorong oleh keingin yang kuat untuk memperoleh perubahan, terutama adalah perubahan mindset dalam memecahkan setiap permasalahan yang dihadapi.

b. Pembelajaran Mandiri Berbasis *Lateral Thinking*

Melalui kerangka dan model berpikir baru, metode penalaran dan pemecahan masalah baru dapat ditemukan, salah satu alat tersebut adalah dengan berpikir lateral. Berpikir Lateral adalah proses berpikir kreatif yang disengaja dan sistematis yang dengan sengaja melihat tantangan dari sudut yang sama sekali berbeda. Mengapa berpikir lateral harus digunakan? Berpikir lateral didasarkan pada penerapan logika dengan cara yang tidak konvensional, dari perspektif logika ke penerapan masalah untuk mencapai solusi yang berbeda dan kreatif. Pemikiran ini masih rasional dan logis, misalnya dengan bertanya, *Bagaimana jika*? adalah teknik yang sangat baik yang dapat membantu meregangkan otot berpikir lateral, karena memaksa untuk mengeksplorasi kemungkinan dan menantang asumsi, keduanya pada saat yang sama. Pandangan ini didukung oleh Sloane (2004:443), yang mendorong pembelajar untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang ekstrim sampai-sampai konyol, karena pertanyaan-pertanyaan itu membantu keluar dari jalan pikirannya yang sudah rusak.

Pada dasarnya berpikir lateral adalah sistem berpikir kreatif yang menghadapi masalah untuk menciptakan solusi inovatif. Edward de Bono, psikolog dan penulis pemikiran lateral, menyajikan metodologi ini sebagai alternatif pemikiran analitis manusia yang biasa. Ini menggambarkan pendekatan dan seperangkat alat untuk berinovasi, menghasilkan ide-ide baru dan menyesuaikannya dengan kendala dunia nyata. Juga harus jelas bahwa pemikiran ini menggambarkan serangkaian teknik khusus:

1. Mempertimbangkan solusi alternatif: bahkan jika solusi untuk masalah sudah jelas, menarik untuk mengesampingkan solusi ini untuk secara sengaja mempelajari alternatif yang berbeda. Sedemikian rupa sehingga masalah dilihat dari semua sudut yang mungkin.
2. Rangsangan acak: Pembangkitan rangsangan acak dapat membantu menemukan solusi yang tidak terduga. Sesuatu yang sederhana seperti berjalan meningkatkan kreativitas.

3. Berpikir subtraktif: Umumnya, ketika memecahkan masalah, manusia cenderung menambahkan hal-hal seperti menciptakan produk baru atau proyek baru. Berpikir subtraktif adalah kebalikannya, itu terdiri dari mengurangi hal-hal, mengurangi bagian-bagian dari masalah. Elemen kunci dari berpikir lateral dan bagaimana menggunakannya.

Jenis pemikiran lateral ini terdiri dari sejumlah elemen fundamental:

a. Periksa asumsi: semua ide dan konsep konvensional harus diperiksa dan ditinjau ulang, dan tugas ini harus dilakukan dengan sekelompok orang dengan pikiran terbuka untuk menghadapi lingkungan dan situasi yang berbeda.
b. Mengajukan pertanyaan yang tepat: Pemikiran lateral didorong dengan mengajukan pertanyaan yang tepat untuk menemukan solusi yang tepat untuk masalah tersebut.
c. Kreativitas: pemikiran ini didasarkan pada selalu mencari sudut pandang lain, karena logika langsung tidak berguna untuk memecahkan masalah tertentu.
d. Pemikiran logis: meskipun pemikiran ini bukan pemikiran logis tradisional, penting untuk mendefinisikan logika baru dan deduksi berdasarkan penalaran. Pemikiran ini harus tertib, jelas dan ringkas agar semua orang di perusahaan dapat memahaminya. Dengan memperkenalkan teknik berpikir yang spesifik dan tidak konvensional, pemikiran lateral memungkin kan para pemikir menemukan solusi baru yang jika tidak demikian akan tetap tidak terungkap.
e. Pemikiran lateral berfokus pada apa yang bisa terjadi daripada apa yang mungkin dan berpusat di sekitar empat arahan:
   1) Mengenali ide-ide dominan yang mempolarisasi persepsi tentang suatu masalah.
   2) Cari cara yang berbeda untuk melihat sesuatu. Rilekskan kontrol pemikiran yang kaku.
   3) Gunakan kesempatan untuk mendorong ide-ide lain

Tujuh teknik atau alat mental membantu melaksanakan arahan ini dengan tujuan memunculkan ide-ide yang tidak terduga, yang mungkin menjadi solusi baru dan berguna untuk masalah yang sedang ditangani, yaitu:

∝ Alternatif: Gunakan konsep untuk mengembangkan ide-ide baru.

∝ Fokus: Pertajam atau ubah fokus anda untuk meningkatkan upaya kreatif anda.

∝ Tantangan: Bebaskan diri dari batasan cara pengoperasian yang diterima.
∝ Entri Acak: Gunakan input yang tidak terhubung untuk membuka jalur pemikiran baru.
∝ Provokasi: Beralih dari pernyataan provokatif ke ide yang bermanfaat.
∝ Pemanenan: Pilih yang terbaik dari ide-ide awal dan bentuk mereka menjadi pendekatan yang bisa digunakan.
∝ Perlakuan terhadap Ide: Kembangkan ide dan bentuk agar sesuai dengan organisasi atau situasi. Contoh:

Ilustrasi:

Seorang pria berpakaian serba hitam. Dia berjalan menyusuri jalan dimana semua lampu jalan mati. Sebuah mobil hitam datang ke arahnya dengan lampu mati tapi entah bagaimana berhasil berhenti tepat waktu. Bagaimana pengemudi melihat pria itu?

Ada begitu banyak kata yang menunjukkan kegelapan dalam teka-teki ini. Pada awalnya, kebanyakan orang menganggap *jalanan itu gelap gulita*. Tetapi **fakta** bahwa lampu jalan mungkin berarti hari itu benar-benar *siang hari*, jadi tidak mungkin pengemudi itu melewatkan pria berpakaian hitam itu. Inilah yang menjadi **esensi** berpikir lateral.

Proses menantang asumsi diri sendiri tentang masalah yang dihadapi. Sekarang setelah dapat memahami cara kerjanya, mari kita lihat contoh yang lebih sederhana.

Seorang pelanggan yang lapar masuk ke sebuah restoran. Ada banyak tempat untuk duduk, tetapi dia mengembara sebentar dan pergi. Mengapa?

Ini bukan teka-teki. Ini adalah masalah yang dihadapi ratusan pemilik bisnis, dan tidak ada jawaban pasti. Luangkan waktu satu atau dua menit dan temukan kemungkinan alasan tentang apa yang mungkin terjadi pada diri pelanggan tadi sampai harus mengembara. Berikut daftar kemungkinan untuk referensi:

- Pelanggan hanya tidak menyukai suasananya.
- Pelanggan berharap untuk menemukan teman-teman mereka di sana, tetapi tidak.
- Pelanggan disesatkan oleh tanda dan mengira tempat itu menyajikan makanan Italia, tetapi ternyata tidak.
- Pelanggan sedang mencari stop-kontak, tetapi semua meja dengan diambil mereka.

- Pelanggan datang karena happy hour yang diiklankan, tidak menemukan informasi apa pun tentangnya di layar, dan mengira dia melewatkannya.

Meskipun tidak satu pun dari kemungkinn-kemungkinan di atas, namun tetap ini adalah solusi dari dalam diri mereka sendiri. Literasi pada masalah awal ini menunjukkan kemungkinan penyebabnya. Hal ini tidak dapat mengubah hasil dalam dua kasus pertama, tetapi tiga varian terakhir memberi Anda kesempatan untuk memperbaiki keadaan.

Apa yang telah dijelaskan berikut contoh ilustrasinya, pada intinya bahwa pembelajaran mandiri dengan cara berpikir lateral ini merupakan satu metode problem solving, menggunakan ilustrasi dengan asumsi-asumsi jawaban analogis untuk mencari solusinya. Mencari asumsi-asumsi jawaban untuk mencari solusi ini harus menjadi pembiasaan dalam setiap memecahkan sebuah persoalan.

Ilustrasi-ilustrasi lain Untuk praktek problem solving melalui proses berpikir lateral, sebagai bahan pelatihan untuk mengembangkan kemampuan berpikir kreatif, dapat dipelajari pada contoh modul terlampir.

c. Motivasi

Sebagaimana telah dijelaskan dalam teori Self-Directed Learning di atas, bahwa motivasi diri (intrinksik) merupakan elemen yang sangat penting untuk mendukung terselenggaranya belajar mandiri. Dengan timbulnya motivasi, dapat menumbuhkan gairah atau semangat untuk terus belajar walaupun secara mandiri. Hal ini dimaksudkan untuk memperbaiki diri dalam upaya meningkatkan kemampuannya berpikir kreatif, atau menemukan mindset untuk kelangsungan hidup (*sustainibilty*) wirausahanya. Motivasi yang dibangkitkan dari diri sendiri (intrinksik), dan dapat juga motivasi yang terbangun dari luar (ekstrinksik). Karena keduanya dapat membangkitkan gairah belajar maupun semangat mengembangkan wirausaha.

Kata motivasi awalnya berasal dari kata latin ‘*mover*’ yang berarti ‘untuk motif’. Istilah motivasi berasal dari kata bahasa Inggris 'motive'. Motif adalah keadaan batin dari pikiran seseorang yang menggerakkan atau mengaktifkan atau mengarahkan perilaku menuju tujuannya. Motif adalah ekspresi dari tujuan atau kebutuhan seseorang. Mereka memberi arah pada perilaku manusia untuk mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan. Motif merupakan sifat

internal pada diri seseorang, yang kemudian dieksternalisasi atau ditampilkan melalui perilaku.

Fred Luthans (2011) mengartikan Motivasi adalah suatu proses yang dimulai dengan kekurangan atau kebutuhan fisiologis atau psikologis yang mengaktifkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk suatu tujuan atau insentif." Menurut Gray et al.(1984), Motivasi adalah hasil proses, internal atau eksternal individu yang membangkitkan antusiasme dan ketekunan untuk mengejar tindakan tertentu. Berdasarkan definisi di atas, sekarang motivasi dapat didefinisikan sebagai kesediaan seseorang untuk mengerahkan upaya tingkat tinggi menuju pencapaian tujuan atau pemenuhan kebutuhan. Dengan demikian, motivasi wirausaha dapat didefinisikan sebagai proses yang mengaktifkan dan memotivasi wirausahawan untuk mengerahkan tingkat upaya yang lebih tinggi untuk pencapaian tujuan wirausahanya. Dengan kata lain, motivasi kewirausahaan mengacu pada kekuatan atau dorongan dalam diri seorang wirausahawan yang mempengaruhi arah, intensitas, dan kegigihan perilaku sukarelanya sebagai wirausaha. Jadi bisa dikatakan, seorang wirausahawan yang bermotivasi akan bersedia mengerahkan tingkat usaha (intensitas) tertentu, untuk jangka waktu tertentu (kegigihan) menuju tujuan (arah) tertentu.

Motivasi mengacu pada energi atau diaktifkan untuk melakukan sesuatu. Secara umum, teori motivasi menjelaskan mengapa individu melakukan aktivitas dengan cara tertentu. Motivasi intrinsik dan ekstrinsik terikat dengan kebutuhan akan otonomi dan kompetensi, bahwa proses motivasi dipengaruhi oleh konteks, seperti iklim dan suasana suatu situasi. Mekanisme motivasi yang memungkinkan perspektif yang lebih luas, daripada fokus yang sempit pada tugas-tugas tertentu dan tujuan jangka pendek, dapat menjelaskan dengan lebih baik sifat dan keadaan motivasi wirausahawan di rentang karir mereka. Misalnya, panutan dapat memotivasi individu untuk mencapai kesuksesan. Prestasi pengusaha sukses, musisi dan ilmuwan pemenang penghargaan sering dipamerkan dalam upaya untuk meningkatkan tujuan dan aspirasi jangka panjang orang. Kebutuhan dan pentingnya motivasi kewirausahaan dalam menjalankan suatu perusahaan dapat diapresiasi dengan baik, jika diibaratkan perusahaan adalah kendaraan, maka kewirausahaan sebagai penggerak dan motivasi kewirausahaan sebagai energi atau kekuatan yang membuat kendaraan organisasi bergerak atau berjalan.

Menurut Maslow Manusia tidak pernah puas. Jika satu kebutuhan telah terpenuhi, maka muncul kebutuhan lain. Bagi

wirausahawan, terutama kebutuhan sosial, penghargaan dan aktualisasi diri yang memotivasi mereka untuk bekerja lebih dan lebih untuk memuaskan mereka. Bahwa dorongan pribadi pengusaha adalah kunci keberhasilan mereka. Keadaan pikiran motivasi wirausahawan memainkan peran sentral dalam keberhasilan dirinya.

Motivasi ekstrinksik dapat disebut juga ‘inspirasi’, yaitu keadaan motivasi pengusaha yang ‘dibangkitkan’ sebagai tanggapan untuk mendapatkan ide kreatif, dan yang memaksa individu untuk mengubah ide kreatif menjadi produk kreatif'. Sebagai individu bisa dibilang mereka melakukan paling kreatif bekerja ketika mereka merasa bergairah. Menjadi penting dalam mempelajari wirausahawan di perusahaan untuk memahami gairah dan hubungan antara gairah dan inspirasi. Karena itu, Gairah adalah jantung dari kewirausahaan. Pengusaha mendorong diri mereka sendiri ke titik puncak, menahan stres tingkat tinggi saat mereka menghadapi jalan yang tidak diketahui di depan. Intinya, jika wirausahawan ingin sukses harus memiliki dorongan motivasi yang tinggi, baik motivasi intrinksik yang dapat menumbuhkan gairah belajar atau ber wirausaha, maupun ekstrinsik yang dapat menumbuhkan inspirasi. Kata kuncinya adalah seorang wirausaha makin termotivasi dengan gairah yang tinggi untuk belajar dan berusaha, akan semakin mendatangkan inspirasi untuk mampu meningkatkan kemampuan berpikir kreatif atau mindset wirausahawan (entrepreneur).

Banyak teori yang mengarahkan untuk dapat melaksanakan belajar mandiri bagi orang dewasa ini, sebagai bentuk manajemen diri entrepreneur. Sebagimana telah dijelaskan di atas, bahwa sebagai syarat dasar adalah harus memiliki motivasi atau kemauan yang kuat untuk berhasil dalam berwirausaha melalui kemampuan berpikir kreatif berbasis masalah. Karena langkah-langkah belajar mandiri ini baru akan dapat dicapai ketika didorong oleh keingin untuk memperoleh perubahan, terutama adalah perubahan mindset dalam memecahkan setiap permasalahan yang dihadapi.

BAB V
P E N U T U P

A. Kesimpulan

Penelitian Manajemen Kreativitas Entrepreneur UKM Industri halal di wilayah Cirebon, telah dihasilkan temuan hal-hal berikut:

1. Diukur dari sembilan indikator berdasarkan beberapa teori kreativitas, menunjukkan bahwa rata-rata entrepreneur memiliki kreativitas 'baik', namun masih terdapat tiga indikator yang berada dalam kategori rata-rata 'buruk' atau lemah. Ketiga indikator ini menyangkut kemampuan berpikir kreatif (*mindset*). Artinya bahwa entrepreneur UKM industri halal di wilayah Cirebon secara umum sudah memiliki kreativitas yang baik, namun dalam hal kemampuan berpikir kreatif (*mindset*) rata-rata masih dalam kategori buruk atau lemah.
2. Konsep manajemen praktis untuk pengembangan kemampuan berpikir kreatif (*mindset*) enterpreneur UKM industri halal yang masih dalam kategori rendah tersebut, adalah implementasi manajemen diri melalui tehnik pembelajaran mandiri (*Self-Directed Learning*), sebagai kerangka dan model berpikir baru, metode penalaran dan pemecahan masalah (problem solving). Teknik yang digunakan adalah dengan *Lateral thinking*, didasarkan pada penerapan logika dengan cara-cara tidak konvensional. Prakteknya; diawali pendampingan pelatihan, dalam upaya memotivasi belajar mandiri yang bergairah, serta mengantarkan bagaimana seharusnya belajar mandiri itu, agar memudahkan datangnya inspirasi. Gairah dan inspirasi adalah jantung dari kewirausahaan. Makin tinggi motivasi dengan gairah belajar mandiri dan berkarya seseorang entrepreneur, semakin mudah

datangnya inspirasi untuk berpikir kreatif/mindset meningkat. Pada gilirannya akan mampu menghasilkan komoditas produk berdaya saing di pasar domestik maupun global.

B. **Rekomendasi**

Industri halal sedang mengalami perkembangan yang sangat cepat di dunia, sementara para Pelaku Usaha Kecil Menengah di Indonesia masih menghadapi bermacam hambatan untuk ikut bersaing di pasar domestik maupun global. Karena itu diharapkan kepada Stakeholder dapat meningkatkan perhatiannya kepada kelangsungan hidup UKM yang nyata-nyata terbukti berkontribusi bagi perekonomian nasional maupun daerah, terutama: Pemerintah, baik pusat maupun daerah agar lebih meemberdaya kan lagi dengan memfasilitasi kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan nya bersaing di pasar global, berupa pelatihan, permodalan, konsulting, serta pembinaan-pembinaan lainnya. Lembaga-lembaga keuangan dapat membantu permodalan untuk mengembangkan produktivitas usahanya, serta Mitra bisnis besar dapat menggandeng UKM dengan membantu secara bersama-sama untuk menembus pasar sasaran.

DAFTAR RUJUKAN

Abdul Mannan, Muhammad. (1984). *The Making of Islamic Economic Society; Islamic Dimensions in Economic Analysis*, Kairo : International Association of Islamic Banks.

Amabile, T. M. (1997). Entrepreneurial creativity through motivational synergy. *The Journal of Creative Behavior*, 31, 18-26.

Bluman, Allan G, (1997). *Elementary Statistics: a Step by Step approach*. International Edition. The McGraw Hill Companies, Inc.

BPS Provinsi Jawa Barat, 2020.

Creswell, J. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, California: Sage Publications. p.19.

Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence. *European journal of work and organizational psychology*, 9, 7-30. doi: 10.1080/135943200398030

David G. Sirmon & Michael A Hitt, (2003).Entrepreneurship: Theory and Practice.1042-2587-01-262 Copyright 2003 by Baylor UniversityDOI: 10.1111/1540-8520.t01-1-00013

Departemen Komunikasi BI (2020). *Laporan Tahunan Bank Indonesia Tahun 2019*. Simergi, Transformasi dan Inovasi Menuju Indonesia Maju.

Dhliwayo, S., & Van Vuuren, J. J. (2007). 'The strategic entrepreneurial thinking imperative'.Acta Com, 7, 123-134.

DiLiello, T.C. & Houghton, J.D. (2008). Creative potential and practiced creativity: Identifying untapped creativity in organizations. *Creative Potential and Practiced Creativity,* 17(1).

Donald Ary, 2010: *Introduction to Research in Education*. 8th.Canada by Nelson Education, Ltd. ISBN-10: 0-495-60122-5. p. 180.

Dweck, C. S. (2006). Mindset: The new psychology of success. *Random House*, New York

Faltin, G. (2007). The successful entrepreneurs start as an artist and composer:German Industry and Commerce, Berlin.

Fillis, I., & Rentschler, R. (2010). The role of creativity in entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture*, 18(1), 49-81.

Fortwengel, J., Schüßler, E., & Sydow, J. (2016). Studying Organizational Creativity as Process: Fluidity or Duality? *Creativity and Innovation Management*, 26(1), 5-16

Fortwengel, J., Schüßler, E., & Sydow, J. (2016). Studying Organizational Creativity as Process: Fluidity or Duality? *Creativity and Innovation Management*, 26(1), 5-16

Fred Luthans (2011).Organizational Behavior*: An Evidence-based Approach*. McGraw-Hill Irwin,

Garrison, D.R., (1997). Self-directed learning: Toward a comprehensive model', *Adult Education Quarterly* 48(1), 18–33.

Gibbons, M., (2002), *The self-directed learning handbook: Challenging adolescent students to exc*el, John Wiley & Sons, San Francisco, CA.page 134-138.

Given, L. M. (Ed.). (2008). *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*. Sage Publications. Chicago. p 68).

Goss, B. D., Jubenville, C. B., & Polite, F. G. (2007) Applying an advertising creativity model to the NFL's black qurterbacks and postmodern sport marketing practices. *Marketing Management Journal*, 17(1), 65-81.

Guilford, JP. (1950). Creativity.*American Psychologist*, 5. P. 444-454.

Haynie, J. M., et al. (2010). A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 217-229. doi:

Herbig, P. & Jacobs, L. (1996). Creative problem-solving styles in the USA and Japan. *International Marketing Review*, 13(2), 63-71.

Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., & Zahra, S. A. (2002). Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale. *Journal of business Venturing*, 17(3), 253-273.

Houran, J. & Ference, G.A. (2006) Nurturing Employee Creativity. New York: *HVS International.* https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.001

Huarte de San Juan, J (Javier Virués Ortega; 2005). Juan Huarte de San Juan in cartesian and modern psycholinguistics: an encounter with Noam Chomsky. *Journal Psicothema* 2005. Vol. 17, nº 3, ISSN 0214 - 9915 Coden Psoteg. pp. 436-440.

J. Mezirow, (1985).“*A Critical Theory of Self-Directed Learning*”, *New Directions for Continuing Education,* N25 17-30.

J. Neimi, (1985). J. Neimi, “Fostering Participaton in Learning”, *New Directions for Continuing Education,* 26.

Kirton, M.J. (1989). Adaptors and innovators at work in Kirton, M.J. (ed.) Adaptors and innovators:vStyles of creativity and problem solving. Rev. ed. London, New York: *Routledge,* 1994, Chapter 1, 1-36.

Konan Kan Elvis Kouakou, Cai Li Jiangsu, Isaac Gumah Akolgo School (2019). Evolution View of Entrepreneurial Mindset Theory. *International Journal of Business and Social Science* Vol. 10 • No. 6 • June 2019 doi:10.30845/ijbss.v10n6p13. p. 117.

Kuratko, D. F. (2002). Corporate Entrepreneurship: Entrepreneurial development within organisations. London: Thompson South Western.

Lexy J. Moleong, (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2015) cet. XXXIV, hlm. 4

Lihat Candy, L., & Edmonds, E. (1999). Introducing creativity to cognition. *Third Creativity and Cognition Conference Proceedings*, (Loughborough University) ACM Press, New York, NY.p. 22-23.

Likert, Rensis, (1932). *A technique for measurement of attitudes*. Archives of Psychology, 140, p. 5-55, in Allan G. Blumen. (1998). *Elementary Statistics A step by Step Approach*: New York, Mc Graw Hill.

M.S. Knowles, “Self-Directed Learning”, *A Guide for Learners and Teachers*. (N.Y. Cambridge Books 1975) p.18

Maslow, A. H. (1987). *Motivation and personality* (3rd ed.). Boston, MA: Addison-Wesley.

Matheson, S. A. (2013). Cultivating an Entrepreneurial Mindset. Canadian Journal of Dietetic Practice and Research, 74(3), 146-149. doi: 10.3148/74.3.2013.146

Mathisen, J.-E., & Arnulf, J. K. (2013). Competing mindsets in entrepreneurship: The cost of doubt. *The International Journal of Management Education*, 11(3), 132-141. doi: https://doi.org/10.1016/j.ijme.2013.03.003

Mcgrath dan MacMillan, et al.(2000). *The Entrepreneurial Mindset*. Harvard Business School Press.

Mikdashi, T. (1999). Constitutive meaning and aspects of work environment affecting creativity inLebanon. *Participation & Empowerment: An International Journal, 7*(3), 47-55.

Miles, M.B. and Huberman, A.M. (1984) *Qualitative Data Analysis*: A Sourcebook of New Methods. Sage Publications, Beverly Hills.

Mohamed Aslam Haneef (1995). *Contemporary Islamic Economic Thought: A Selected Comparative Analysis*. Selangor-Malaysia. Ikraq. ISBN: 983-99604-4X.

Morris, R. C.T. (1994).Toward a user-centered information service. *Journal of the American Society for Information Science*, 45. p. 109

Munoz-Doyague, M.F., Gonzalez-Alvarez, N. & Nieto, M. (2008) An examination of individual factors and employees' creativity: The case of Spain. *Creativity Research Journal*, 20(1), 21- 33.

Nayak, A. (2008). Experiencing creativity in organizations: A practice approach. *Long Range Planning, 41*, 420-439hal.421).

Neck, Heidi M., Christopher P. Neck, Emma L. Murray. (2017). Entrepreneurship: The Practice and Mindset. California, London, dan New Delhi: Sage Publication.

Perry-Smith, J.E. & Shalley, C.E. (2003). The social side of creativity: A static and dynamic social network perspective. *Academy of Management Review, 28(1),* 89-106.

Petrowski, M.J. (2000). Creativity research: Implications for teaching, learning and thinking. *Reference Services Review*, 28(4), 304-312.

Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life 2018. from http: //www.pewforum.org. (2018)

Phan et al., (2010). Phan, P., Zhou, J., & Abrahamson, E. (2010). Creativity, innovation, and entrepreneurship in China. *Management and Organization Review*, 6(2), 175-194.

Phan, P., Zhou, J., & Abrahamson, E. (2010). Creativity, innovation, and entrepreneurship in China. *Management and Organization Review*, 6(2), 175-194.

Pollard, V., & Wilson, E. (2014). The "Entrepreneurial Mindset" In Creative And Performing Arts Higher Education In Australia. Artivate: *A Journal of Entrepreneurship in the Art*s, 3(1), 3- 22.

Reed, J., & Stoltz, P. G. (2011). *Put your mindset to work*. Penguin UK, London.

Richard Florida, Charlotta Mellander, and Karen M. King. *The Global Creativity Index 2015*. July 8, 2015. Creative Class.

Richard Florida, Charlotta Mellander, and Karen M. King. *The Global Creativity Index 2015*. July 8, 2015. Creative Class.

Rose & Malcolm J. Nichol (2002). Rose, Collin dan Malcolm j. Nicholl,(2002).*Accelerated Learning*. Bandung: Nuansa. H. 275.

Rose, Colin dan Malcolm J. Nicholl. (2002). *Accelerated Learning*. Bandung: Nuansa. Tim Redaksi.1995. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka: 275)

Runco, M.A. (2004). Creativity. *Annual Review of Psychology, 55*, 657-687.

Schwarz, N., & Bless, H. (1991) *Happy and mindless, but sad and smart? The impact of affective states on analytic reasoning, Emotion and social judgments*. Oxford, USA: Pergamon.

Scratchley, L. S., & Hakstian, A. R. (2001). The measurement and prediction of managerial creativity. *Creativity Research Journal*, 13(3-4), 367-384.

Simonton, D.K. (2000). Creativity: Cognitive, personal, developmental and social aspects. *American Psychologist,* 55(1), 151-158.

Sloane, P. J., & Rosentraub, M. S. (2004). The Economics of Sport: An International Perspective. New York: Palgrave. *Journal of Sports Economics* 10(4):443-444 DOI:10.1177/ 1527002508326492

Smith, P. J. (2002). "Modern" learning methods: Rhetoric and reality—further to Sadler-Smith et al. *Personnel Review*, 31(1) p. 103-113)

Song & Hill (2007). 'Conceptual model for understanding self-directed learning in online environments', *Journal of Interactive Online Learning* 6(1), 27–42.

State Of The Global Islamic Economy Report 2020/21, Driving The Islamic Economy Revolution 4.0: Produced by Dinar Standard, p. 6-10

Sternberg, R. J. (1999). Handbook for Economic Studies Paper, CES-WP, 10-06 *creativity*. Cambridge, UK: University Press, Cambridge.

Sternberg, R. J., Kaufman, J. C., & Pretz, J. E. (2001) The propulsion model of creative contributions applied to the arts and letters. *Journal of Creative Behavior, 35*(2), 75–101.

Sternberg, R.J.*; Lubart, T.I. (1999). "The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms. In Sternberg, R.J. (ed.). Handbook of Creativity. Cambridge University Press.*

Sugiyono, (2015). Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi* (*Mix Methods*). Bandung: Alfabeta.

Tseng, C., (2013), 'Connecting self-directed learning with entrepreneurial learning to entrepreneurial performance', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 19(4), 428. https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2011-0086

Unsworth, K. (2001). Unpacking creativity. *The Acad*

Zhou, J. (2008). New look at creativity in the entrepreneurial process. *Strategic Entrepreneurship Journal*, *emy of Management Review, 26(2),* 289-297. 2(1), 1-5.

Zimmerer, T.W. & Scarborough. N. M. (1996). *"Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management ".* Second Ed. Prentice Hall.

Zimmerer. W Thomas, Norman M. Scarborough. (1997). *Entrepreneurship*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.

REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN
CIPTAAN

Dalam rangka pelindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan	:	EC00202235221, 9 Juni 2022
Pencipta		
Nama	:	**Prof. Dr. H. Abdus Salam Dz, M.M danDr. H. Wasman, M.Ag**
Alamat	:	Jl. Kandang Perahu 27 RT/RW 001/011 Kel. Karyamulya, Kec. Kesambi, Kota Cirebon, Cirebon, JAWA BARAT, 45131
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Pemegang Hak Cipta		
Nama	:	**IAIN Syekh Nurjati Cirebon**
Alamat	:	Jalan Perjuangan By Pass Sunyaragi Kota Cirebon , Cirebon , JAWA BARAT, 45132
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Jenis Ciptaan	:	**Laporan Penelitian**
Judul Ciptaan	:	**Manajemen Kreativitas Enterpreneur Industri Halal Menghadapi Persaingan Global; (Studi Kasus Pegusaha UKM Produk Halal Di Wilayah Cirebon)**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	:	30 Desember 2021, di Cirebon
Jangka waktu pelindungan	:	Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan	:	000350832

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP.196412081991031002

Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.