



## **Implementasi Pembelajaran Motivasi, Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kamsia Boba di Tengah Pandemi Covid-19**

**BENNY HELIKA SAMUDRA**

*(Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura)*  
*E-mail: gh.bangkalan2011@gmail.com*

### **Abstrak**

*Kedigdayaan Covid-19 menyebar keseluruhan dunia termasuk Kabupaten Bangkalan. Abdullah selaku pemilik usaha Kamsia Boba tepatnya di jalan RE Martadinata mengalami kesulitan karena dampak pandemi ini. Adanya pandemi ini menyebabkan daya saing menurun sehingga penjualan turun drastis, dengan motivasi, kreativitas dan inovasi yang digali oleh Abdullah untuk mempertahankan usaha minumannya secara bertahap bidang usaha miliknya mampu bertahan dan tetap efektif.*

**Kata Kunci:** *Pandemi Covid-19, pelaku usaha, pemasaran, Kabupaten Bangkalan*

### **Abstract**

*The superiority of covid-19 spread throughout the world including Bangkalan Regency. Abdullah as the business owner of Kamsia Boba precisely on the road RE Martadinata was slump because this pandemic. The existence of this pandemic caused competitiveness to decline so that sales fell drastically, with motivation, creativity and innovation explored by Abdullah to maintain his bussiness gradually sector was able to survive and remain effective.*

**Keywords:** *Covid-19 pandemic, bussiness man, marketing, Bangkalan Regency*

## Pendahuluan

Covid-19 serentak menjadi peringkat teratas nama yang mendunia, hampir tidak satupun yang tidak mengenalnya bahkan di desa pun mengenalnya. Menurut data statistik John Hopkins University di Amerika Serikat episentrum virus ini berasal dari pasar ikan laut dan hewan di kota Wuhan Provinsi Hubei China. Hampir 82% dari sekitar 75.000 kasus virus corona berasal dari kota Wuhan (BBC.com., 27 April 2020).

Kedigdayaan COVID-19 telah berdampak ke berbagai sektor kehidupan manusia, mulai ekonomi, sosial, dan politik tidak saja negara-negara besar akan tetapi hampir seluruh negara di dunia. Indonesia adalah salah satu negara yang terdampak terutama pada sisi ekonomi, dan khususnya para pekerja Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM).

Berdasarkan data dari kementerian koperasi ada 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona (COVID-19). Tidak sedikit UMKM yang mengalami kesulitan seperti penurunan omzet hingga tidak ada pemasukan sama sekali dan terpaksa gulung tikar. Kebanyakan koperasi yang terkena dampak COVID-19 bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman (Nalini, 2021: 662-669).

Dalam upaya mempertahankan dan memberdayakan masyarakat agar di tengah pandemi ini dibutuhkan beberapa faktor yakni motivasi, kreativitas, dan inovasi sehingga masyarakat tetap dapat mempertahankan kehidupan mereka dengan berwirausaha. Berwirausaha di tengah pandemic tentu berbeda dan tentu hampir merombak manajemen yang sudah ada karena juga untuk mencegah mewabahnya virus ini. Kamsia Boba yang ada di Bangkalan khususnya di jalan RE Martadinata kecamatan bangkalan juga turut berperan serta untuk mencegah penularan

infeksi covid-19. Kamsia Boba milik Abdullah tentu mengalami kesulitan di tengah pandemi ini, maka dari itu diperlukan sejumlah evaluasi

## TINJAUAN PUSTAKA

### Motivasi

Motivasi menurut Jucius dalam Gustina dkk. (2020) menyebutkan motivasi sebagai kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki. Motivasi adalah gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Sedangkan motivasi menurut Hasibuan dalam Susanti dan Ermawati (2016) adalah upaya yang dilakukan seseorang untuk mencapai sebuah kepuasan dengan menggunakan daya penggerak yang menimbulkan kegairahan seseorang dalam melaksanakan sesuatu. Sehingga motivasi dapat menimbulkan semangat dalam memberikan respon yang bersifat positif atas kesempatan dalam mendapatkan manfaat yang banyak bagi dirinya sehingga tidak bergantung pada orang lain. Jika motivasi berwirausaha ditingkatkan, maka akan mendorong peningkatan pada minat berwirausaha (Munawar & Supriatna, 2018). Dorongan yang kuat tersebut berupa semangat kerja. Dengan semangat kerja yang tinggi seseorang akan mampu mengerjakan pekerjaan secara baik. Sehingga dapat disimpulkan pengertian motivasi merupakan daya penggerak yang berupa kekuatan batin atau dorongan batin yang dimiliki seseorang dimana dorongan tersebut mengakibatkan seseorang untuk bertindak atau berbuat sesuatu sehingga tujuan organisasi tercapai.

Motivasi berasal dari kata lain *Motive* yang berarti dorongan atau bahasa Inggrisnya *to move*. Motivasi diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat (*driving force*). Motif tidak berdiri sendiri, tetapi saling berkaitan dengan faktor-faktor

lain, baik faktor eksternal, maupun faktor internal. Hal-hal yang mempengaruhi motif disebut motivasi.

Jucius dalam Gustina dkk. (2020) menyebutkan motivasi sebagai kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki. Motivasi adalah gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Motivasi juga bisa dalam bentuk usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya. Motivasi mempunyai peranan strategis dalam aktivitas belajar seseorang. Tidak ada seorang pun yang belajar tanpa motivasi, tidak ada motivasi berarti tidak ada kegiatan belajar. Agar peranan motivasi lebih optimal, maka prinsip-prinsip motivasi dalam belajar tidak hanya diketahui, tetapi juga harus diterangkan dalam aktivitas sehari-hari.

#### **2.1.2.1 Konsep Motivasi**

Konsep motivasi yang dijelaskan oleh Suwanto dalam Wahyuni (2017) adalah sebagai berikut:

a. Model Tradisional Untuk memotivasi pegawai agar gairah kerja meningkat perlu diterapkan sistem insentif dalam bentuk uang atau barang kepada pegawai yang berprestasi.

b. Model Hubungan Manusia Untuk memotivasi pegawai agar gairah kerjanya meningkat adalah dengan mengakui kebutuhan sosial mereka dan membuat mereka merasa berguna dan penting.

c. Model Sumber Daya Manusia Pegawai dimotivasi oleh banyak faktor, bukan hanya uang atau barang tetapi juga kebutuhan akan pencapaian dan pekerjaan yang berarti.

#### **2.1.2.2 Jenis-jenis Motivasi**

##### **a. Motivasi Intrinsik**

Motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Sebagai contoh seseorang yang senang membaca, tidak usah ada yang menyuruh atau mendorongnya, ia sudah rajin mencari buku-buku untuk dibacanya. Kemudian kalau dilihat dari segi tujuan kegiatan yang dilakukannya (misalnya kegiatan belajar), maka yang dimaksud dengan motivasi intrinsik ini adalah ingin mencapai tujuan yang terkandung di dalam perbuatan belajar itu sendiri. Sebagai contoh konkrit, seorang siswa itu melakukan belajar, karena betul-betul ingin mendapat pengetahuan, nilai atau keterampilan agar dapat berubah tingkah lakunya secara konstruktif, bukan karena tujuan yang lain-lain. Prihartanta (2015) menyebutkan bahwa "*intrinsik motivations are inherent in the learning situations and meet pupil-needs and purposes*". Itulah sebabnya motivasi intrinsik dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang di dalamnya aktivitas belajar dimulai dan diteruskan berdasarkan suatu dorongan dari dalam diri dan secara mutlak berkaitan dengan aktivitas belajarnya. Seperti tadi dicontohkan bahwa seorang belajar, memang benar-benar ingin mengetahui segala sesuatunya, bukan karena ingin pujian atau ganjaran.

##### **b. Motivasi Ekstrinsik**

Menurut Prihartanta (2015) motivasi ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar. Sebagai contoh itu seseorang itu belajar, karena tahu besok paginya akan ujian dengan harapan akan mendapatkan nilai baik, sehingga akan dipuji oleh pacarnya, atau temannya. Jadi yang penting bukan karena belajar ingin mengetahui sesuatu, tetapi ingin mendapatkan nilai

yang baik, atau agar mendapat hadiah. Jadi kalau dilihat dari segi tujuan kegiatan yang dilakukannya, tidak secara langsung bergayut dengan esensi apa yang dilakukannya itu. Oleh karena itu motivasi ekstrinsik dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang didalamnya aktivitas belajar dimulai dan diteruskan berdasarkan dorongan dari luar yang tidak secara mutlak berkaitan dengan aktivitas belajar.

### **Teori-teori Motivasi dan indikatornya**

#### **a. Teori Motivasi ABRAHAM MASLOW (Teori Kebutuhan)**

Abraham Maslow (1943;1970) mengemukakan bahwa pada dasarnya semua manusia memiliki kebutuhan pokok. Ia menunjukkannya dalam 5 tingkatan yang berbentuk piramid, orang memulai dorongan dari tingkatan terbawah. Lima tingkat kebutuhan itu dikenal dengan sebutan Hirarki Kebutuhan Maslow, dimulai dari kebutuhan biologis dasar sampai motif psikologis yang lebih kompleks; yang hanya akan penting setelah kebutuhan dasar terpenuhi. Kebutuhan pada suatu peringkat paling tidak harus terpenuhi sebagian sebelum kebutuhan pada peringkat berikutnya menjadi penentu tindakan yang penting:

- a) Kebutuhan fisiologis (rasa lapar, rasa haus, dan sebagainya)
- b) Kebutuhan rasa aman (merasa aman dan terlindung, jauh dari bahaya)
- c) Kebutuhan akan rasa cinta dan rasa memiliki (berafiliasi dengan orang lain, diterima, memiliki)
- d) Kebutuhan akan penghargaan (berprestasi, berkompetensi, dan mendapatkan dukungan serta pengakuan)
- e) Kebutuhan aktualisasi diri (kebutuhan kognitif: mengetahui, memahami, dan menjelajahi; kebutuhan estetik: keserasian, keteraturan, dan keindahan;

kebutuhan aktualisasi diri: mendapatkan kepuasan diri dan menyadari potensinya).

#### **b. Teori Motivasi HERZBERG (Teori dua faktor)**

Menurut Herzberg dalam Andriani dan Widiawati (2017), ada dua jenis faktor yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan dan menjauhkan diri dari ketidakpuasan. Dua faktor itu disebutnya faktor higiene (faktor ekstrinsik) dan faktor motivator (faktor intrinsik).

- a) Faktor higiene memotivasi seseorang untuk keluar dari ketidakpuasan, termasuk didalamnya adalah hubungan antar manusia, imbalan, kondisi lingkungan, dan sebagainya (faktor ekstrinsik),
- b) Faktor motivator memotivasi seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan, yang termasuk didalamnya adalah achievement, pengakuan, kemajuan tingkat kehidupan, dsb (faktor intrinsik).

#### **c. Teori Motivasi DOUGLAS MCGREGOR**

Mengemukakan dua pandangan manusia yaitu teori X (negatif) dan teori Y (positif), Menurut teori X empat pengandaian yang dipegang manajer.

- a) karyawan secara inheren tertanam dalam dirinya tidak menyukai kerja
- b) karyawan tidak menyukai kerja mereka harus diawasi atau diancam dengan hukuman untuk mencapai tujuan.
- c) Karyawan akan menghindari tanggung jawab.
- d) Kebanyakan karyawan menaruh keamanan diatas semua faktor yang dikaitkan dengan kerja.

Kontras dengan pandangan negatif ini mengenai kodrat manusia ada empat

teori Y :

- a) karyawan dapat memandangi kerjasama dengan sewajarnya seperti istirahat dan bermain.
- b) Orang akan menjalankan pengarahan diri dan pengawasan diri jika mereka komit pada sasaran.
- c) Rata-rata orang akan menerima tanggung jawab.
- d) Kemampuan untuk mengambil keputusan inovatif.

**d. Teori Motivasi VROOM (Teori Harapan)**

Teori dari Vroom (1964) tentang *cognitive theory of motivation* menjelaskan mengapa seseorang tidak akan melakukan sesuatu yang ia yakini ia tidak dapat melakukannya, sekalipun hasil dari pekerjaan itu sangat ia inginkan. Menurut Vroom, tinggi rendahnya motivasi seseorang ditentukan oleh tiga komponen, yaitu:

- a) Ekspektasi (harapan) keberhasilan pada suatu tugas
- b) Instrumentalis, yaitu penilaian tentang apa yang akan terjadi jika berhasil dalam melakukan suatu tugas (keberhasilan tugas untuk mendapatkan outcome tertentu).
- c) Valensi, yaitu respon terhadap outcome seperti perasaan positif, netral, atau negatif. Motivasi tinggi jika usaha menghasilkan sesuatu yang melebihi harapan. Motivasi rendah jika usahanya menghasilkan kurang dari yang diharapkan.

**e. Teori Motivasi ACHIEVEMENT McCLELLAND (Teori Kebutuhan Berprestasi)**

Teori yang dikemukakan oleh McClelland (1961), menyatakan bahwa ada tiga hal penting yang menjadi kebutuhan manusia, yaitu:

- a) Need for achievement (kebutuhan akan prestasi)
- b) Need for affiliation (kebutuhan akan hubungan sosial/hampir sama dengan socialneed-nya Maslow)
- c) Need for Power (dorongan untuk mengatur).

**f. Teori Motivasi CLAYTON ALDERFER (Teori “ERG”)**

Clayton Alderfer (1969) mengetengahkan teori motivasi ERG yang didasarkan pada kebutuhan manusia akan keberadaan (existence), hubungan (relatedness), dan pertumbuhan (growth). Teori ini sedikit berbeda dengan teori Maslow. Disini Alderfer mengemukakan bahwa jika kebutuhan yang lebih tinggi tidak atau belum dapat dipenuhi maka manusia akan kembali pada gerak yang fleksibel dari pemenuhan kebutuhan dari waktu ke waktu dan dari situasi ke situasi.

**g. Teori Penetapan Tujuan (goal setting theory)**

Edwin Locke dkk. (1989) mengemukakan bahwa dalam penetapan tujuan memiliki empat macam mekanisme motivasional yakni:

- a) tujuan-tujuan mengarahkan perhatian
- b) tujuan-tujuan mengatur upaya
- c) tujuan-tujuan meningkatkan persistensi
- d) tujuan-tujuan menunjang strategi-strategi dan rencana-rencana kegiatan.

**Kreativitas**

Robbins dalam Susanti dan Ermawati (2016) menjelaskan kreativitas adalah sebuah gagasan baru atau ide baru yang muncul dari pemikiran seseorang yang dapat memperbaiki produk atau jasa yang ditawarkan oleh

produsen. Sedangkan kreativitas menurut Sukirman (2012) adalah inisiatif untuk menemukan sesuatu yang baru berupa produk atau jasa dengan cara menambah nilai dari produk atau jasa tersebut. Pengertian lain kreativitas menurut Stoner, et.al dalam Susanti dan Ermawati (2016) adalah metode baru yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan sesuatu yang baru misalnya produk, jasa, perusahaan baru, proses baru, sistem baru, teknik baru. Dapat disimpulkan kreativitas adalah gagasan, ide, inisiatif yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Dengan adanya kreativitas maka seseorang akan terdorong untuk mencapai target yang ditentukan. Target yang dimaksud dapat berupa target dibidang apapun termasuk dalam bidang kewirausahaan. Sehingga kemampuan berkreaitivitas dapat digunakan untuk melahirkan berbagai ide-ide bisnis yang sesuai dengan peluang yang ada. Apabila kreativitas ditingkatkan, maka akan mendorong peningkatan pada minat berwirausaha (Mahanani & Sari, 2018).

Perusahaan harus menggunakan sumber daya yang ada di dalam perusahaan yaitu sumber daya manusia, sumber daya modal sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Kreativitas tersebut akan digunakan wirausaha untuk menjawab peluang yang ada di sekelilingnya. Ketika bisnis sudah berjalan tanpa ada terobosan baru melalui kreativitas biasanya akan mengalami masa yang stagnan dalam hal penjualan. Oleh karena itu kreativitas yang tinggi ini akan memacu wirausaha untuk mengembangkan usaha. Dimana pengembangan usaha tersebut akan menumbuhkan rasa wirausaha yang tinggi. Dapat dikatakan ketika rasa wirausaha yang tinggi maka wirausahawan tersebut memiliki keberhasilan dalam berwirausaha.

### **Inovasi**

Sebagai bagian dari proses mental, terciptanya kreativitas didahului oleh proses berfikir yang disebut dengan berpikir kreatif. Secara teoritis dapat dikatakan bahwa,

kegiatan berpikir mengandung arti sebagai kemampuan atau kesanggupan seseorang mendayagunakan akal pikirannya seperti kemampuan mempertimbangkan, menimbang dan memutuskan sesuatu dalam ingatan atau kognisinya (Saefuddin, 2012). Umumnya, para ahli psikologi kognitif mendefinisikan berfikir sebagai kegiatan atau aktivitas otak yang memproses informasi, baik secara mental atau kognitif. Berpikir juga berhubungan dengan kemampuan otak dalam menyusun ulang informasi, termasuk simbol-simbol yang sudah tersimpan sebelumnya dalam memori jangka panjang. Karena itu, tidak mengherankan kalau yang dimaksud dengan berpikir oleh para ahli psikologi kognitif adalah usaha-usaha merepresentasikan kembali segala peristiwa, item dan juga simbol-simbol yang sebelumnya sudah ditanggap otak.

Sementara itu, di samping berpikir, ada juga istilah berpikir kreatif. Pengertian berpikir kreatif adalah suatu kegiatan atau aktivitas mental yang digunakan untuk menciptakan gagasan baru. Dalam proses mencipta gagasan baru tersebut, yang dibutuhkan adalah kemampuan mengkombinasikan antara kemampuan berpikir logis serta divergen yang didasarkan pada peran intuisi dalam kesadaran setiap individu (Saefuddin, 2012). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, kreativitas merupakan hasil implementasi dari proses berpikir kreatif. Sebuah kreativitas tidak akan pernah ada manakala manusia tidak memiliki kemampuan untuk berpikir kreatif. Karena itu, berpikir kreatif dan hasilnya berupa kreativitas merupakan hubungan yang saling mengikat dan menentukan.

Kemitraan dalam meningkatkan inovasi tampaknya belum menjadi hal yang paling diutamakan, sehingga banyak kemitraan yang lemah dalam melakukan atau meningkatkan inovasi (Cetindamar, Clegg, & Ulusoy, 2008) studi mengenai inovasi dan hubungannya dengan ilmu lain sangat banyak ditemukan beberapa tahun terakhir (Öberg & Alexander, 2019) begitupula dengan kemitraan yang bertujuan untuk meningkatkan inovasi, namun alih alih meningkatkan inovasi kemitraan

malah membuat kinerja lainnya mengalami penurunan (Jafar Rezaei, 2018) penulisan ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam teori inovasi dan berkontribusi pada pengembangan studi di bidang ini dengan memberikan sintesis penelitian tentang open inovasi dalam kemitraan. Penelitian ini menyajikan tinjauan literatur akademik dan memberikan wawasan ke dalam isu-isu yang lebih spesifik (Spender, Corvello, Grimaldi, & Rippa, 2017) Artikel yang relevan hingga 2018 diidentifikasi melalui pencarian beberapa kata kunci pada basis data penelitian utama dan kemudian dianalisis berdasarkan beberapa kriteria, termasuk lokasi penelitian, perspektif analisis, metodologi, dan tema spesifik yang dibahas. Makalah ini diakhiri dengan agenda untuk penelitian masa depan dan implikasi untuk teori dan praktek (Marasco, De Martino, Magnotti, & Morvillo, 2018) . Inovasi dapat diidentifikasi dengan banyak jenis inovasi dan klasifikasi dapat bervariasi sesuai dengan objek inovasi. Misalnya, kategori mencakup inovasi dalam sistem sosial-budaya, ekosistem, model bisnis, produk, layanan, proses, organisasi, pengaturan kelembagaan, dll. Klasifikasi juga dapat bervariasi sesuai dengan pendorong inovasi seperti teknologi, pasar, desain, pengguna, dll, atau intensitas inovasi. Dalam makalah ini hanya berfokus pada dua kategori inovasi untuk produk atau layanan, yaitu incremental dan inovasi radikal, Inovasi Tambahan: peningkatan produk yang disediakan dalam menyediakan kerangka kerja solusi (misalnya, "melakukan lebih baik dari apa yang dilakukan sebelumnya), inovasi radikal: perubahan kerangka misalnya, melakukan apa yang tidak dilakukan sebelumnya (Khin et al., 2010). Inovasi radikal sebagai komersialisasi produk dan teknologi yang memiliki dampak kuat pada pasar, dalam hal menawarkan manfaat dan perusahaan yang sama sekali baru, di dalam hal kemampuannya untuk menciptakan bisnis baru, sementara inovasi tambahan dalam organisasi tidak membuat produk yang usang tetapi hanya meningkatkan kemampuan lebih banyak produk dari yang sudah ada (Baković, Cingula,

Lazibat, & Sutić, 2013). Perusahaan dengan kemampuan inovasi radikal akan menciptakan pasar dan peluang baru dalam bisnis, inovasi radikal penting bagi perusahaan yang peduli dengan pertumbuhan dan pembaruan jangka panjang (Leifer, O'Connor, & Rice, 2001).

Ada perbedaan mendasar antara proses radikal dan tambahan dalam organisasi, yang membahas strategi dan struktur strategis, proses inovasi dan peningkatan strategi pertumbuhan yang didukung oleh perubahan pasar dan diversifikasi, ukuran, dimensi struktur organisasi, perubahan, formalisasi, dan sentralisasi terkait; adopsi proses tambahan dan pengenalan produk baru (layanan). empat kategori variabel untuk proses komunikasi radikal adalah teknologi, koordinasi spesialis teknis, pra-inovasi dan kongruensi organisasi teknologi, dan proses radikal dan adopsi inovasi pengemasan (Ettlie et al., 1984).

Inovasi yang baik akan membantu manajemen dalam mencapai kinerja yang lebih baik sehingga kelangsungan dan keberlanjutan usaha juga akan tetap berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan karena dukungan kemampuan inovasi yang terdiri dari ide, produk baru dan lain lain. (Hult, Hurley, & Knight, 2004) studi yang dilakukan oleh Ojasalo (2008) menyatakan bahwa inovasi dibagi atas tiga jenis yaitu inovasi produk memiliki makna menghasilkan pendapatan, inovasi proses menyediakan sarana untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dan untuk menghemat biaya, sedangkan inovasi pasar meningkatkan target pasar campuran dan memilih pasar yang terbaik yang harus dilayani oleh perusahaan Inovasi proses dibagi kedalam dua kategori yaitu inovasi teknologi dan inovasi organisasi. Pada inovasi proses teknologi mengubah cara produk yang diproduksi dengan memperkenalkan perubahan teknologi (fisik peralatan, teknik dan system) sedangkan inovasi organisasi adalah inovasi dalam struktur organisasi, strategi dan proses administrasi (Damanpour & Aravind, 2012) studi yang dilakukan oleh Ojasalo (2008) juga memetakan beberapa inovasi seperti incremental innovation yaitu

memnaatkan potensi rancangan yang sudah ditetapkan dan sering memperkuat dominasi kemampuan suatu perusahaan karena dengan inovasi ini dapat meningkatkan kapabilitas fungsi dari sebuah teknologi yang ada, nilai tambah teknologi atau perbaikan pada skala kecil terhadap produk dan proses dan bisnis yang ada saat ini.

Namun demikian kontribusi kritis perusahaan-perusahaan besar terhadap inovasi modern mungkin terletak pada penciptaan kemampuan teknologi yang dijalankan oleh tim-tim yang terampil dan dikembangkan melalui pemecahan masalah mereka dengan aktivitas yang berkelanjutan yang menjadi sumber daya bagi perusahaan lain yang bekerja sama dengan diri mereka (Loasby, 1998) dan dalam fase atau paradigma terbaru dari bagian akhir abad ke-20 dan seterusnya, inovasi berbasis sains telah dikombinasikan dengan teknologi informasi dan komunikasi dalam fasilitas produksi yang terkomputerisasi dan fleksibel. (Cantwell, 2001), Munculnya institusi yang mampu menampung sukses Integrasi internasional dari inovasi perusahaan menyiratkan pergeseran dari memperoleh keuntungan melalui eksploitasi kemampuan yang mapan melalui posisi baru kekuatan pasar di luar negeri, menuju penciptaan keuntungan inovatif dengan membangun kemampuan baru melalui pertukaran pengetahuan dan pembelajaran kooperatif, dan dengan demikian memanfaatkan jaringan lintas batas untuk pembentukan kegiatan yang berbasis nilai pada generasi yang baru. Perubahan-perubahan baru-baru ini semakin memperkuat pentingnya relatif pertumbuhan dari keuntungan inovatif, ketika konseptualisasi keuntungan yang inovatif ditafsirkan kembali sesuai dengan kondisi kelembagaan saat ini untuk inovasi. teori laba inovatif perlu direvisi di era teknologi yang lebih besar ini keterkaitan di mana perusahaan tidak hanya harus mempertahankan penyebaran yang memadai melalui penganekaragaman produk tetapi harus dapat mengakses kemampuan terkait lainnya melalui kemitraan.(Cantwell, 2001).

Inovasi merupakan kemampuan untuk mengubah peluang menjadi suatu gagasan atau ide-ide yang dapat dijual. Dengan adanya inovasi, keinginan untuk mencapai keberhasilan dalam suatu usaha akan semakin dapat diharapkan. Karena inovasi, seseorang akan mampu menghadapi berbagai ketidakpastian dan ketatnya persaingan di dunia usaha. Jika inovasi ditingkatkan, maka akan mendorong peningkatan pada keberlangsungan wirausaha (Rahmadi, Nur Afif, & Heryanto, 2016).

Manusia merupakan makhluk yang memiliki potensi kreatif dalam dirinya. Meski demikian, tidak semua manusia memahami akan potensi-potensi tersebut. Padahal, dengan potensi kreativitasnya itulah ma akan mengalami kemajuan dalam hidupnya serta memiliki kemampuan untuk mengatasi berbagai persoalan yang dihadapi dengan baik serta dapat membuat kehidupannya menjadi lebih berkualitas. Untuk memunculkan dan mengasah kreativitasnya itu, para ahli banyak menciptakan teori-teori yang secara spesifik mengkaji masalah kreativitas ini. Salah satunya adalah teori Graham Wallas. Wallas menjelaskan bahwa proses kreatif pada diri manusia terjadi melalui empat tahap.

Pertama, adalah tahap persiapan. Pada fase ini, pengalaman hidup dan interaksi manusia serta bagaimana manusia mempersepsi semua itu merupakan faktor-faktor yang dapat menjadi persiapan untuk menjadi kreatif.

Kedua, fase inkubasi. Fase ini merupakan fase di mana semua informasi, data dan pengalaman yang didapatkan kemudian diendapkan atau diinternalisasi dalam pikiran. Fase ini lebih menyerupai sebagai fase penyaringan yang terjadi di alam bawah sadar manusia.

Ketiga, fase iluminasi atau fase memunculkan, mengekspresikan. Campbhel menyebut fase ini sebagai fase AHA. Artinya fase dimana data, pengalaman dan informasi yang telah dipersiapkan dan diindapkan itu kemudian ide dan gagasan baru.



Keempat, adalah fase verifikasi. Fase ini merupakan fase pengujian untuk mengetahui kebenaran dan kelayakan akan gagasan kreatif yang muncul. Untuk mengetahui apakah gagasan kita benar-benar merupakan hal yang kreatif dan inovatif, maka diperlukan perbandingan, kritik dan saran dari pihak lain. Dari sanalah kemudian akan diketahui apakah gagasan kita benar-benar baru dan unik serta berbeda dari yang ide atau gagasan sebelumnya atau tidak. Mencermati pelaksanaan sekolah kepenulisan di Pesantren Mahasiswa Hasyim Asy'ari di atas, penulis menyimpulkan bahwa tahap1tahap yang diterapkan pada sekolah kepenulisan tersebut merupakan implementasi dari teori kreativitas Graham Wallas yang terdiri dari tahap persiapan, pengendapan, pengungkapan dan pengujian.

#### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif-deskriptif dengan pendekatan studi kasus di usaha Kamsia Boba milik Abdullah di Kabupaten Bangkalan di tengah pandemi Covid-19. Penelitian kualitatif dapat mengungkapkan peristiwa-peristiwa nyata yang terjadi di lapangan dan juga menekankan sifat alamiah dari peristiwa yang terjadi.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan metode studi kepustakaan.

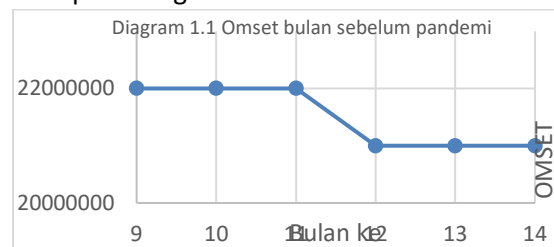
#### ANALISIS DATA

Data yang telah diperoleh di kelompokkan berdasarkan besaran omset 6 bulan sebelum masa pandemi, 3 bulan masa pandemi tanpa evaluasi manajemen masa pandemi dan 1 tahun besaran omset pada masa pandemi dengan adanya tambahan kebijakan pemasaran. Data tersebut dievaluasi menggunakan analisis diagram scatter/diagram sebaran,

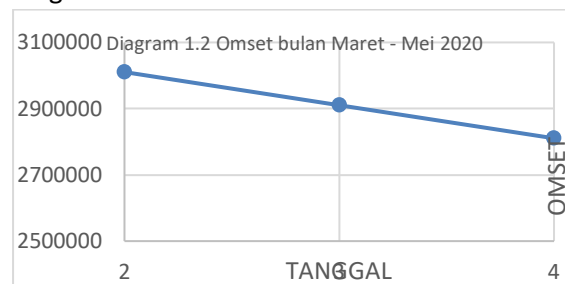
#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa Kamsia Boba milik Abdullah beroperasi

selama 6 hari/1 minggu. Pada 6 bulan sebelum masa pandemi yaitu bulan September 2019 – Februari 2020 omset pada bulan September total RP 22.000.000, omset pada bulan Oktober total RP 22.000.000, omset pada bulan November total RP 21.000.000, omset pada bulan Desember total RP 22.000.000, omset pada bulan Januari total RP 21.000.000, dan omset pada bulan Februari total RP 21.000.000, dengan rata-rata perharinya beromset RP 875.000. Secara detail dapat dilihat pada diagram 1.1 dibawah ini.

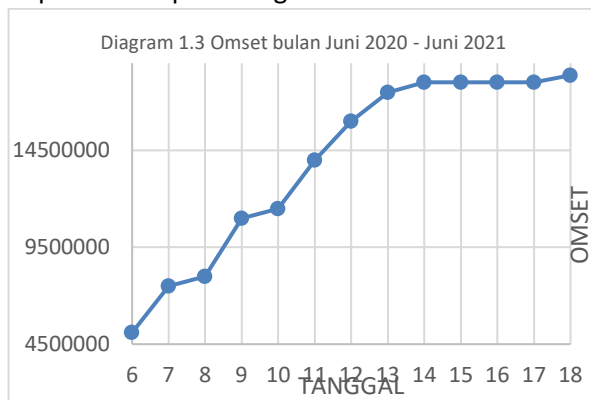


Data pada 3 bulan pertama masa pandemi tanpa evaluasi pada Bulan Maret hingga Mei 2020 menunjukkan bahwa total omset pada interval tersebut RP 8.735.000 dengan rata-rata perbulannya sebesar RP 2.910.500. Secara detail dapat dilihat pada diagram 1.2 dibawah ini.



Data pada 1 tahun masa pandemi dengan tambahan evaluasi dan penerapannya pandemi yaitu pada bulan Juni 2020 hingga Juni 2021 antara lain : mengadakan pertemuan dengan focus meningkatkan motivasi seluruh karyawan setiap hari Selasa dan Jumat, menggali kreativitas penjualan dengan berbagai macam metode promosi, dan mengadakan beberapa alat dan kebutuhan yang dapat memenuhi kebutuhan pencegahan Covid-19 , serta berinovasi penyajian produk. Promosi dilakukan di berbagai media sosial yaitu whatsapp, intagram, twitter, dan facebook.

Pemesanan dapat dilakukan langsung di semua media sosial, dan promosi pengantaran gratis di setiap pembelian minimal 3 produk. Setelah diterapkannya akhirnya Kamsia Boba milik Abdullah menunjukkan bahwa total omset pada interval ini berangsur naik hingga hampir sama seperti sedia kala. Total omset selama interval ini yaitu tersebut RP 180.975.000 dengan rata-rata per bulannya sebesar RP 15.081.250. Hal ini menunjukkan perubahan yang terjadi sudah tepat dan efektif mempertahankan keberlangsungan usahanya dan omset seperti sedia kala. Secara detail dapat di lihat pada diagram 1.3 dibawah ini.



### KESIMPULAN

Dampak adanya wabah Covid-19 membuat Kamsia Boba milik Abdullah mengeluarkan peraturan untuk mencegah penyebaran Covid-19 dengan mewajibkan pembeli langsung mencuci tangan dengan sabun, staff wajib menggunakan masker dan juga sarung tangan.

Berkurangnya omset pada masa pandemi membuat Kamsia Boba milik Abdullah sempat terpukul dan merugi, namun secara cepat dengan menerapkan perubahan manajemen akhirnya omset usaha Kamsia Boba milik Abdullah berangsur mulai naik dan hampir mencapai omset seperti sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel motivasi, kreativitas, dan inovasi yang diterapkan oleh Abdullah selaku pemilik usaha minuman Kamsia Boba yang berada di Jl. RE Martadinatha Bangkalan sudah tepat dan efektif dengan nilai presentase omset pada masa pandemi tidak jauh berbeda dengan

sebelum adanya pandemi yaitu hanya berkisar 60.1% atau dengan kata lain selisih 29.9% dengan kondisi sebelum adanya pandemi Covid-19.

### REKOMENDASI

Studi kasus pada salah satu usaha dalam bidang usaha minuman dalam tulisan ini dapat menjadi pedoman penyelesaian masalah wirausaha pada masa pandemi Covid-19 dan dengan memperhatikan serta menerapkan seluruh kebijakan dan etika dalam berbisnis yang berlaku.

### Daftar Pustaka

- [1] A.H Maslow. 1943. "A Theory of Human Motivation", *Psychological Review*, hal. 370; A.H Maslow, *Motivation and Personality* (New York; Harrper and Row,1954).
- [2] Abdul Aziz Saefuddin, (2012). Pengembangan Kemampuan Berpikir Kreatif Siswa dalam Pembelajaran Matematika dengan Pendekatan Pendidikan Matematika Realistik Indonesia (PMRI), 'Jurnal Al-Bidayah, Vol 4 No. 1 , hlm. 39
- [3] Alderfer, C. P. (1969). *An empirical test of a new theory of human needs. Organizational behavior and human performance*, 4(2), 142-175.
- [4] Andriani, M., & Widiawati, K. (2017). Penerapan Motivasi Karyawan Menurut Teori Dua Faktor Frederick Herzberg Pada PT Aristika Kreasi Mandiri. *Jurnal Administrasi Kantor*, 5(1), 83-98.
- [5] Baković, T., Cingula, M., Lazibat, T., & Sutić, I. (2013). Radical innovation culture in Croatian manufacturing industry. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 7(1), 74-80. doi: 10.1108/17506201311315626
- [6] Cetindamar, D., Clegg, B., & Ulusoy, G. (2008). Innovation performance and partnerships in manufacturing

- firms in Turkey. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 19(3), 332-345. doi: 10.1108/17410380810853768
- [7] Damanpour, F., & Schneider, M. (2006). Phases of the Adoption of Innovation in Organizations: Effects of Environment, Organization and Top Managers<sup>1</sup>. *British Journal of Management*, 17(3), 215-236. doi: 10.1111/j.1467- 8551.2006.00498.x
- [8] Duarte, F. (2020, February 21). Siapa orang pertama yang memicu wabah virus corona dan mengapa orang ini 'harus ditemukan'. Retrieved April 27, 2020, from <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-51586103>
- [9] Gustina, G., Arpizal, A., & Syuhada, S. (2020). pengaruh biaya pendidikan dan motivasi belajar terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi pendidikan ekonomi fkip universitas jambi 2019 (*Doctoral dissertation*, FKIP).
- [10] Infografis COVID-19 (26 April 2020). (2020, April 26). Retrieved April 27, 2020, from <https://www.covid19.go.id/2020/04/26/infografis-covid-19-26-april-2020/>
- [11] Jafar Rezaei, R. O., Paul Trott, . (2018). Supply chain drivers partnerships and performance of high-tech SMEs An empirical study using SEM. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(4), 629-653,. doi: 10.1108/IJPPM-01-2017- 0017
- [12] JATIM TANGGAP COVID. (2020, Mei 12). Retrieved May 12, 2020, from <http://infocovid19.jatimprov.go.id/>
- [13] Khin, S., Ahmad, N. H., & Ramayah, T. (2010). Product innovation among ICT technopreneurs in Malaysia. *Business Strategy Series*, 11(6), 397-406. doi: 10.1108/17515631011093106
- [14] Lee, T. W., Locke, E. A., & Latham, G. P. (1989). *Goal setting theory and job performance*.
- [15] Leifer, R., O'Connor, G. C., & Rice, M. (2001). Implementing Radical Innovation in Mature Firms: The Role of Hubs. *Academy of Management Executive*, 15(3), 102-113.
- [16] Mahanani, E., & Sari, B. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia YAI. *JURNAL IKRAITH, Volume 1, No. 1 Tahun 2017, 2(1)*, 31-40.
- [17] Marasco, A., De Martino, M., Magnotti, F., & Morvillo, A. (2018). Collaborative innovation in tourism and hospitality: a systematic review of the literature. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(6), 2364-2395. doi: 10.1108/ijchm-01-2018-0043
- [18] McClelland, D. C., & Mac Clelland, D. C. (1961). *Achieving society* (Vol. 92051). Simon and Schuster.
- [19] McGregor, D. (1960). *Theory X and theory Y. Organization theory*, 358(374), 5.
- [20] Munawar, A., & Supriatna, N. (2018). Pengaruh Sikap dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 14–23. <https://doi.org/10.23969/oikos.v2i1.91.6>
- [21] Munawar, A., & Supriatna, N. (2018). Pengaruh Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi, II*, 14-23.
- [22] Nalini, Siti Nuzul Laila. "Dampak

- Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.” *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, Vol. 4, No.1 (2021)
- [23] Öberg, C., & Alexander, A. T. (2019). The openness of open innovation in ecosystems – Integrating innovation and management literature on knowledge linkages. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(4), 211-218. doi: 10.1016/j.jik.2017.10.005
- [24] Pemerintah Kabupaten Bangkalan. (2020, Mei 12). Retrieved May 12, 2020, from <http://www.bangkalankab.go.id/v5/?page=info-detail&id=79>
- [25] Prihartanta, W. (2015). Teori-teori motivasi. *Jurnal Adabiya*, 1(83), 1-14.
- [26] Rahmadi, Nur Afif, & Heryanto, B. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1,(2), 153-169.
- [27] Spender, J.-C., Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. (2017). Startups and open innovation: a review of the literature. *European Journal of Innovation Management*, 20(1), 4-30. doi: 10.1108/ejim-12-2015- 0131
- [28] Sukirman. 2012. Analisis Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Pengembangan Kewirausahaan Usaha Kecil Jenang Kudus di Kabupaten Kudus. Salatiga : Proceeding for Call Paper Pekan Ilmiah Dosen FEB-UKSW, 14 Desember 2012
- [29] Susanti, D. A., & Ermawati, N. (2016). PENGARUH MOTIVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILANKEWIRAUSAHAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)(STUDI KASUS UMKM JENANG KUDUS). In *Seminar Nasional Seri 6: Menuju Masyarakat madani dan lestari*. Universitas Islam Indonesia.
- [30] Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*.
- [31] Wahyuni, A. C. I. (2017). pengaruh motivasi kerja, budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan PT. Telkom Witel Jatim Utara (Gresik) (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Gresik).

### Profil Penulis

BENNY HELIKA SAMUDRA, SE. seorang putra Bangkalan kelahiran 31 Oktober 1981. Lulusan tahun 2005, S1 Universitas Muhammadiyah Malang, Jurusan Manajemen. Tahun 2009 sampai sekarang Bekerja di GraPARI Telkomsel Bangkalan dengan posisi sebagai Tea