

## MENGGALI POTENSI KREATIFITAS DALAM KEWIRAUSAHAAN

Didip Diandra<sup>1</sup>

Tanri Abeng University

Email<sup>1</sup>: didip.diandra@tau.ac.id

### ABSTRAK

Kreatifitas adalah suatu fenomena dalam kewirausahaan. Kreatifitas merupakan bagian dari kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan ide yang bermanfaat dalam menjalankan bisnis. Kreatifitas terkadang dihubungkan dengan seni sebagai suatu kegiatan yang dirancang untuk menghasilkan nilai baru dalam suatu unit usaha. Maka daripada itu, potensi kreatifitas dalam kewirausahaan harus dipahami, digali sumber dan tipe nya, hingga menghasilkan suatu ide dan gagasan baru dalam kegiatan kewirausahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan tinjauan pustaka dari berbagai sumber untuk menggali potensi kreatifitas, sumber, dan tipenya, serta menyediakan petunjuk praktis (*practical guidelines*) dalam menggali potensi kreatifitas dalam kewirausahaan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa beberapa sumber kreatifitas adalah berasal dari imajinasi (*imagination*), inovasi (*innovation*), kegilaan (*craziness*), dan berpikir out of the box. Penelitian sebelumnya mengklasifikasikan kreatifitas menjadi beberapa istilah seperti sesuatu yang baru (*be new*), unik (*unique*), dan memiliki nilai (*have value*). Beberapa petunjuk praktis dalam menggali potensi kreatifitas dalam kewirausahaan juga disediakan dalam penelitian ini, namun berfikir *out of the box* adalah yang paling dominan.

**Kata Kunci:** menggali; potensi; kreatifitas; kewirausahaan

### PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan (*income*) dan membangun jaringan (*network*) bagi pemiliknya. Kegiatan kewirausahaan bagi banyak orang dianggap sebagai suatu usaha untuk mendatangkan pemasukan bagi pelakunya baik dalam bentuk materi maupun koneksi. Kewirausahaan adalah fenomena yang menarik bagi sebagian orang yang berwirausaha, dimana kreatifitas dan inovasi menjadi dua andalan kegiatan yang tidak bisa dipisahkan dari isi kewirausahaan tersebut. Inti kegiatan kewirausahaan adalah menggali potensi kedua aktifitas tersebut sehingga menghasilkan manfaat bagi pelaku usaha. Bagi pelaku wirausaha, kreatifitas dalam kewirausahaan adalah suatu keniscayaan, dimana kemampuan pribadi seseorang dalam berwirausaha akan digali dan ditempa seiring dengan perjalanan waktu selama proses kewirausahaan itu berjalan.

Kreatifitas adalah suatu fenomena *lumrah* atau umum dalam kewirausahaan, namun dalam prakteknya potensi kreatifitas belum ditingkatkan secara maksimal oleh pelaku usaha [1]. Dunia usaha selalu menjadikan yang tidak mungkin menjadi mungkin, kreatifitas adalah salah satu jalan terbaik yang bisa menciptakan itu. Kreatifitas memberikan sinyal bagi pelaku usaha untuk

menciptakan ide baru yang unik dan kreatif sebagai bagian dari proses pembelajaran berwirausaha khususnya bagi pengusaha pemula. Namun bagi pelaku usaha pemula, kreatifitas menjadi hal yang biasa dilakukan.

Dalam perjalanannya, kreatifitas dianggap sebagai suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari bisnis apalagi tujuannya adalah untuk menghasilkan pendapatan bagi pelakunya, maka kreatifitas dianggap *urgent* dan sesuatu yang harus dilakukan dalam berwirausaha. Maka daripada itu, potensi kreatifitas dalam kewirausahaan harus dipahami, digali sumber dan tipenya sehingga memberikan manfaat bagi pelaku usaha dan mampu menghasilkan ide baru atau gagasan dalam kegiatan kewirausahaan. Ide-ide baru yang muncul dalam kegiatan kewirausahaan merupakan sumbangsih dari pemikiran yang kreatif, imajinatif, inovatif, dan terkadang penuh dengan kegilaan, dengan kata lain *out of the box*.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali potensi kreatifitas, sumber, dan tipenya, serta menyediakan petunjuk praktis (*practical guidelines*) dalam menggali potensi kreatifitas dalam kewirausahaan. Detailnya akan menggali definisi, konsep, sumber, dan tipe kreatifitas dalam kewirausahaan berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya.

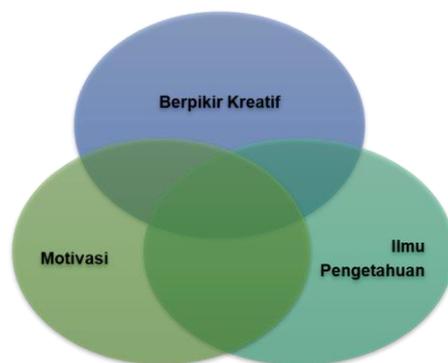
## METODE PENELITIAN

Memahami dari potensi kreatifitas dalam kewirausahaan, maka penelitian ini ditulis dengan menggunakan metode kualitatif berdasarkan tinjauan pustaka dari berbagai sumber untuk menggali potensi kreatifitas, sumber, dan tipenya, serta menyediakan petunjuk praktis (*practical guidelines*) dalam menggali potensi kreatifitas dalam kewirausahaan. Tujuan utamanya adalah untuk memetakan sumber kreatifitas, menjelaskan tipe-tipenya, hingga menyediakan petunjuk praktis dalam menggali potensi kreatifitas dalam berwirausaha. Sehingga pelaku usaha dapat segera menerapkannya dalam berwirausaha.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Definisi Kreatifitas

Kreatifitas didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang memiliki hubungan dengan ide [2]. Ide adalah cara untuk menyampaikan nilai produk atau jasa yang kompetitif kepada konsumen. Ide diciptakan dan dibangun dengan konsep yang unik, kreatif, dan inovatif. Kreatifitas dikelompokkan menjadi tiga komponen yaitu berpikir kreatif (*creative thinking*), ilmu pengetahuan (*knowledge*), dan motivasi (*motivation*) sebagai berikut:



Gambar 1.  
Tiga Komponen Kreatifitas [2]

Sumber : Modifikasi Peneliti

Dari gambar diatas dalam kita simpulkan bahwa kreatifitas artinya adalah berpikir kreatif berdasarkan ilmu pengetahuan dan motivasi.

Berpikir kreatif adalah kemampuan untuk merealisasikan ide yang baru dan unik,

serta berpikir *out of the box* dalam menyelesaikan sebuah masalah, melihat masalah, dan membuka sebuah peluang [3]. Permasalahan dalam berbisnis menghasilkan paradigma baru dalam berpikir yaitu penciptaan kreatifitas untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Namun berpikir kreatif akan kurang sempurna jika tidak dibaluti dengan ilmu pengetahuan maka kreatifitas hanya akan menjadi bumerang bagi pelaku usaha. Penelitian yang dilakukan terus menerus dan pengembangan ilmu pengetahuan dapat menciptakan ide bisnis yang baru [1] karena kegiatan tersebut terkait erat dengan penggalian kreatifitas dan inovasi pelaku usaha.

Kreatifitas berlaku bagi siapapun dan dimanapun. Yahya [4] dalam penelitiannya tentang pengembangan kreativitas menjelaskan bahwa siswa yang diberi kebebasan penuh dalam belajar dengan suasana yang nyaman dan menyenangkan, serta guru yang ramah, sabar, adil, dan konsisten dapat memotivasi siswa untuk lebih aktif belajar, ditambah lagi dengan metode pembelajaran yang bervariasi sehingga membuat mereka tidak jenuh. Begitu juga dengan dunia bisnis, jika dilakukan dengan penuh kebebasan berpikir, dengan suasana yang nyaman dan menyenangkan, tentu akan menambah kreatifitas pelaku usaha dalam mengembangkan dan menyelesaikan masalah dalam usaha yang dijalani.

Selain itu, pelaku usaha juga harus memperhatikan motivasi mereka dalam berbisnis. Kemampuan kreatifitas dalam kewirausahaan akan mudah di gali jika diikuti oleh motivasi bisnis, sebab motivasi bisnis adalah modal awal bagi mereka dalam merintis kesuksesan bisnis [5]. Baik motivasi diri maupun motivasi bisnis merupakan dua kemampuan yang harus dikuasai oleh pelaku usaha, karena dalam berwirausaha keberanian dan mental yang kuat sangat menentukan kemajuan dari usaha yang dirintis.

Yahya [4] menjelaskan bahwa ciri orang yang kreatif adalah memiliki kemampuan untuk mengkombinasikan hal-hal yang sudah ada menjadi baru. Kreatifitas semacam ini sangat dianjurkan dalam berbisnis terlebih pada bisnis yang memproduksi produk dan jasa. Tidak perlu menciptakan sesuatu yang baru seperti penemuan baru (*invention*), karena hal tersebut pasti sangat sulit ditemukan pada zaman sekarang. Maka kreatifitas bisa terfokus pada hal yang sudah ada lalu di kembangkan, atau di kombinasikan dengan yang sudah ada

sehingga lahirlah sesuatu yang baru. Berpikir kreatif akan sangat menentukan perjalanan bisnis kedepan.

### Sumber Kreatifitas (*Antecedents of Creativity*)

Beberapa peneliti (*scholars*) menjelaskan tentang sumber kreatifitas, secara umum sumber kreatifitas berasal dari dua sumber yaitu internal dan eksternal. Sumber kreatifitas yang berasal dari internal dapat digambarkan dalam beberapa penelitian sebelumnya dan statemen sebagai berikut:

1. Motivasi [6]
2. Pendidikan yang diatur secara sistematis [7]. Pendidikan yang dapat mengakomodir kemampuan siswa sehingga bisa menjadi sumber kreatifitas dalam proses pendidikannya. Pendapat ini dapat diadopsi dalam dunia usaha bahwa pendidikan kewirausahaan bisa menjadi sumber inspirasi bagi pelaku usaha dalam mengembangkan kreatifitas berwirausaha.
3. Memiliki wawasan, berpikir jauh kedepan, mengikuti perkembangan dan terbuka [8], [1]. Kreatifitas dianggap sebuah karya dalam menciptakan sesuatu yang baru, tidak cepat puas dalam menjalankan bisnis dan terus meningkatkan kompetensi diri dengan kata lain *Think out of the box*. Ketergantungan kreatifitas pada wawasan, dan berpikir jauh kedepan serta mengikuti perkembangan zaman akan sangat menentukan kualitas dari kreatifitas itu sendiri.
4. Generasi muda adalah sumber daya produktif [9] yang memiliki ide kreatif berwirausaha. Bisnis berlaku bagi semua usia, peran pemuda yang menghasilkan ide kreatif dan inovatif dapat memajukan perekonomian dan membuka lapangan kerja baru. Beberapa inovasi bisnis online dalam bentuk marketplace yang marak saat ini merupakan karya dari anak muda yang kreatif. Generasi muda terbukti berhasil menciptakan kreatifitas dalam kewirausahaan. Hasilnya bisa dirasakan oleh banyak orang di negeri ini.
5. Inovasi [10]. Peter F. Drucker berprinsip bahwa kreatifitas merupakan bagian dari inovasi, tetapi inovasi tidak dapat dikembangkan dalam kondisi apapun [10]. Inovasi tidak bisa di replikasi dan tiada duanya, ia lahir dari kecerdasan "*flash of genius*" dan ide yang brilian. Kreatifitas

dan inovasi merupakan bagian dari bisnis yang tidak dapat dipisahkan. Kreatifitas lebih ditekankan dalam pola berpikir, pengembangan ide, hingga motivasi. Sementara inovasi lebih kepada kejeniusan pelaku usaha kreatif dalam memodifikasi dan menciptakan karya baru. Kreatifitas dan Inovasi saling mendukung, dan saling berhubungan dalam aktifitas kegiatan kewirausahaan.

6. Kreatifitas merupakan imajinasi. Daya imajinasi dihasilkan dari daya pikir yang terus dibayangkan dalam pikiran seseorang, hasilnya tentu berbeda dari satu ke yang lain tergantung lingkungan dimana dia hidup dan bekerja.
7. Kreatifitas merupakan kegilaan yang hadir dalam kondisi terpepet. Kreatifitas semacam ini tidak dimiliki oleh setiap orang, biasanya datang dalam keadaan terjepit dan kepepet saja. Ide nya bisa dianggap gila, namun memiliki makna dan peluang untuk diaplikasikan.

Sementara sumber kreatifitas eksternal kebanyakan berasal dari lingkungan hidup dimana pelaku usaha tersebut tinggal dan bersosialisasi. Kreatifitas merupakan kemampuan pikir yang tercipta karena tindakan yang dilakukan dalam menghasilkan ide bisnis. Baik ide baru, ataupun pengembangan ide lama sama-sama berkontribusi terhadap fungsi kreatifitas, sehingga proses menggali potensi kreatifitas dalam berwirausaha diharapkan dapat terus berjalan dan sesuai dengan manfaatnya. Selain dari faktor lingkungan, kreatifitas juga bisa lahir dari budaya. ElHasanah [9] dalam penelitiannya tentang ekonomi kreatif berbasis budaya menekankan kreatifitas pada potensi kebudayaan yang dimiliki oleh suatu daerah. Ia menyimpulkan bahwa kreatifitas wirausaha muda berbasis budaya harus dikembangkan terus walaupun ada keterbatasan sumber daya manusia dan bahan baku. Kreatifitas berbasis budaya dapat dikembangkan melalui kegiatan penguatan kelembanganan, penambahan nilai tambah dan daya saing produk, hingga akses kepada sumber permodalan dan pasar. Baik bersumber dari internal maupun eksternal, kreatifitas sama-sama menghasilkan karya yang berdaya saing dan berguna dalam pengembangan kewirausahaan.

### Tipe-tipe Kreativitas (*Types of Creativity*)

Dalam penelitian ini tipe-tipe kreativitas difokuskan pada pembahasan mengenai sesuatu yang baru (*be new*), unik (*unique*), dan memiliki nilai (*have value*). Ketiganya berasal dari sumber kreativitas yang kemudian menjadi bagian yang penting dalam penggalan potensi kreativitas dalam kewirausahaan.

Diandra [2] menyatakan dalam bukunya yang berjudul "*Ide Bisnis Strategi dan Praktek*" bahwa kreativitas merupakan suatu usaha untuk menciptakan sesuatu yang baru dari yang lama. Kreativitas diasumsikan sebagai sebuah fenomena keharusan yang digali dari informasi yang ada, bukan sesuatu yang baru lalu diadakan. Kreativitas akan melengkapi yang belum ada. Kreativitas dianggap mahal ketika sesuatu yang baru belum ditemukan, namun bisa jadi dilupakan ketika sudah ditemukan. Kreativitas merangsang otak untuk berpikir logis dengan menciptakan sesuatu yang baru dari yang lama.

Penelitian yang dilakukan Hasan [8] menyimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap sikap kreatif pelaku usaha dalam mewujudkan kesuksesan bisnis. Sikap kreatif ini yang melahirkan ide yang unik dalam berwirausaha. Ide yang unik hanya bisa lahir dari imajinasi yang kemudian dipraktekkan dalam dunia nyata. Kreativitas pada kemampuan imajinasi seseorang adalah dengan membayangkan suatu ide lalu merubahnya menjadi kenyataan. Berpikir kreatif dalam menciptakan produk yang unik dan berdaya saing merupakan bagian dari kreativitas kewirausahaan. Keunikan dimaksud dijelaskan dalam bentuk gaya, warna, corak, bentuk, dan lain-lain yang tujuan akhirnya adalah menciptakan sesuatu yang baru namun juga bisa dari yang lama menjadi baru lagi.

Dalam pengembangan kreativitas, agar ide bisnis bisa dieksekusi maka dia harus memiliki nilai (*have value*) yang menjual. Tidak cukup hanya baru dan unik saja, nilai yang dimaksud adalah inovasi yang bersumber dari ilmu pengetahuan, sesuatu yang tidak diharapkan, ketidaksengajaan, kebutuhan industri dan pasar, perubahan persepsi, hingga sumber ilmu pengetahuan baru [10]. Kreativitas dan inovasi adalah dua fungsi kewirausahaan yang tidak bisa dipisahkan. Penciptaan nilai hanya bisa terjadi jika keduanya

dikombinasikan berdasarkan prinsip-prinsip kewirausahaan yang modern.

Stenberg [11] dalam penelitiannya berpendapat bahwa kreativitas yang di perbaharui dari sesuatu yang sudah ada di sebut rekonstruksi (*reconstruction*) atau redireksi (*redirection*), yaitu sebuah usaha untuk mengarahkan sesuatu yang sudah ada menuju beberapa arah yang berbeda. Kreativitas dalam berwirausaha dapat diarahkan sesuai dengan kebutuhan unit usaha, sehingga usaha yang dijalankan akan terus bergerak dan tidak diam di tempat. Stenberg [11] juga menekankan bahwa segala perubahan kreativitas harus dimulai dari satu poin yang sudah ditentukan sebelumnya.

Aprilliyani [6] memiliki pendapat tersendiri tentang kreativitas, yaitu dengan cara merangsang kreativitas berdasarkan kemampuan intelektual individu-individu, lalu mengaplikasikannya dalam bentuk praktek. Selain itu, motivasi juga dibutuhkan dalam merealisasikan ide-ide baru menjadi nyata. Pandangan ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Rahmawati [3] bahwa ide yang unik hanya bisa dihasilkan dengan cara berpikir *out of the box* khususnya dalam menyelesaikan masalah, melihat masalah, hingga mengambil keputusan terhadap masalah tersebut.

Dalam pandangan praktisi dan pemerhati ekonomi, bahwa berpikir *out of the box* adalah berpikir diluar dari pemikiran biasa, atau berpikir yang mengandung inovasi. Berpikir untuk mencari jalan keluar yang berbeda dari berbagai macam pandangan perspektif yang berbeda. Berpikir dengan cara melihat sesuatu dari perspektif yang berbeda untuk menghasilkan inovasi dalam hidup. Dalam kewirausahaan, cara pandang seperti ini terbilang cukup unik dan menarik. Sejatinya, kewirausahaan membutuhkan pola pikir yang kreatif dan inovatif namun juga dilihat dari pandangan perspektif yang berbeda, misalnya dari pandangan konsumen, klien, atau bahkan karyawan kita sendiri. Keunikan dalam kreativitas akan lebih mudah tercapai jika melibatkan semua stakeholder yang ada di dalam usaha.

### Menggali Potensi Kreativitas

Penelitian sebelumnya telah menjelaskan tentang potensi kreativitas dalam kewirausahaan. Namun penjelasan tersebut belum lengkap jika belum diberikan petunjuk

praktis dalam melaksanakannya. Penelitian ini memberikan beberapa petunjuk praktis dalam menggali potensi kreatifitas dalam kewirausahaan. Diandra [2] lebih menekankan penciptaan kreatifitas melalui pola berpikir, ilmu pengetahuan, dan motivasi. Ketiga kemampuan tersebut menjadi modal utama bagi pelaku usaha untuk menghasilkan kreatifitas yang baru, unik, dan memiliki nilai. Dia juga menekankan bahwa sumber ide kreatif berasal dari inovasi, adanya peluang, kemampuan menggunakan otak kiri dan otak kanan, hingga kemampuan membangun merek dari usaha yang dijalankan. Potensi kreatifitas dalam kewirausahaan mustahil diwujudkan jika tidak melibatkan ke-empat unsur diatas. Misalnya melihat peluang dengan cara menyatukan antara ilmu pengetahuan kewirausahaan dan ide bisnis yang sudah ada, lalu dikembangkan dalam bentuk ide kreatif yang menjual dan berdaya saing tinggi. Dalam hal ini, dibutuhkan imajinasi tinggi dalam pelaksanaannya yang dibuktikan dalam dunia nyata.

Potensi kreatifitas tidak bisa dipisahkan dari inovasi kewirausahaan. Untuk menggalinya, maka diperlukan gaya pikir yang *out of the box* dimana pelaku usaha baru termotivasi, bergairah, dan semangat untuk melakukan perubahan dalam bisnisnya. Penggunaan otak kiri dan otak kanan juga berpengaruh terhadap kreatifitas dan inovasi yang dihasilkan karena sejatinya apa yang dirasakan, dilihat, dan didengar merupakan bagian dari proses penggalian potensi kreatifitas dalam kewirausahaan. Kreatifitas dalam berpikir *out of the box* memiliki pengaruh yang sangat dominan dalam menghasilkan ide baru dalam berwirausaha.

Beberapa petunjuk praktis (*practical guidelines*) dalam menggali potensi kreatifitas dalam kewirausahaan dapat dilihat pada Tabel 1. Berdasarkan Tabel 1, dapat dipetakan bahwa berimajinasi dan berinovasi dapat direkomendasikan dalam proses penciptaan kreatifitas, namun bersyarat yang artinya adalah segala bentuk kreatifitas yang dibayangkan melalui imajinasi harus direalisasikan dalam kehidupan nyata, sementara inovasi seperti yang diungkapkan oleh Drucker [10] memiliki syarat yang berhubungan dengan kecerdasan dan ide yang brilian. Tentu tidak semua orang bisa melakukannya.

Tabel 1. Jenis Kreatifitas dan Tindakannya

No	Jenis Kreatifitas	Tindakan
1	Berimajinasi	Direkomendasikan bersyarat
2	Berinovasi	Direkomendasikan bersyarat
3	Mengembangkan ide dalam kondisi terdesak	Tidak direkomendasikan
4	Keluar dari kotak pikiran	Direkomendasikan
5	Menciptakan sesuatu yang baru dari yang lama	Direkomendasikan
6	Membuat keunikan dari sesuatu yang sudah ada	Direkomendasikan
7	Memberi nilai pada sesuatu yang sudah ada	Direkomendasikan

Sumber: Modifikasi Peneliti

Selanjutnya adalah mengembangkan ide dalam kondisi terdesak atau kepepet tidak direkomendasikan dalam penciptaan kreatifitas, karena terkesan buru-buru dan tidak direncanakan. Hasilnya juga tidak bisa ditentukan, diprediski, dan diterima dengan baik. Sehingga pengembangan ide sebaiknya direncanakan dengan matang dibuatkan *timeline* yang jelas sebelum dieksekusi.

Kreatifitas dalam kewirausahaan sangat tergantung dengan pola pikir pelaku usaha. Pola pikir yang kreatif [3] sangat direkomendasikan dalam menemukan kreatifitas. Berpikir *out of the box* atau keluar dari kotak pikiran kita, bukan hanya pikiran bisa juga kotak kehidupan kita, kotak aktifitas kita, kotak paradigma pandangan hidup kita, dan lain-lain yang akan menghasilkan sesuatu yang baru (*be new*) dari yang lama, memunculkan keunikan (*uniqueness*) dari sesuatu yang sudah ada, dan memberi nilai (*value*) bagi sesuatu yang sudah ada baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Dengan motivasi dan kesungguhan, berpikir kreatif, serta dibekali dengan ilmu pengetahuan kewirausahaan, maka menggali potensi kreatifitas dalam kewirausahaan menjadi mungkin dan mudah untuk dilakukan.

## KESIMPULAN

Kreatifitas adalah sebuah keharusan dalam berwirausaha. Kreatifitas merupakan bagian dari kegiatan kewirausahaan. Dalam penelitian ini, proses menggali potensi kreatifitas dijelaskan secara rinci dengan pendekatan kajian literatur baik dari sumber buku maupun penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini. Kreatifitas dianggap hal yang wajar dalam berwirausaha selama masih dalam lingkup penciptaan ide baru atau ide baru dari yang lama, membuat sesuatu yang unik, dan memiliki nilai yang bermanfaat baik bagi pelaku usaha, maupun bagi konsumen. 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 sebelumnya juga menjelaskan mengenai potensi kreatifitas dalam kewirausahaan dalam bentuk definisi yang sama, sehingga kreatifitas dianggap sangat penting dalam kemajuan kewirausahaan.

## REFERENSI

- [1] Diandra, D., 2016. *Strategi Membangun Bisnis Mandiri*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [2] Diandra, D., 2018. *Ide Bisnis Strategi dan Praktek*. Pustakapedia, Jakarta.
- [3] Rahmawati, N. D., 2017. *Peran Berpikir Kreatif Dalam Proses Pembelajaran Kewirausahaan Mahasiswa Prodi Pendidikan Matematika Universitas Hasyim Asy'ari Jombang*. Prosiding Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika, Vol.1, No.1, UIN Raden Intan Lampung, 6 Mei 2017.
- [4] Yahya, M., 2013. Pengembangan Kreativitas Siswa Dalam Pembelajaran. (<http://ejournal.iain-jember.ac.id/index.php/eduislamika/article/download/28/21>), Vol.5 No.1: 38-75.
- [5] Munfariqoh, S., 2016. Faktor Yang Mempengaruhi Wirausaha Wanita Miskin Untuk Mencapai Keberhasilan Usaha. *Jurnal Jibeka*, Vol.10 No.1: 57-65.
- [6] Aprilliani, R., 2006. Pengaruh Kreatifitas Karyawan Terhadap Pengembangan Inovasi Baru Bagi Perusahaan. *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol.1 No.1: 31-37.
- [7] Rahadian, G, Rohanda, Anwar, R, K., 2014. Peranan Perpustakaan Sekolah Dalam Meningkatkan Budaya Gemar Membaca. *Jurnal Kajian Informasi dan Kepustakaan*, Vol.2 No.1: 27-36.
- [8] Hasan, M., 2018. Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *Jurnal ekonomi dan Pendidikan*, Vol.1 No.1: 81-86.
- [9] Elhasanah, L,N., 2015. Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, Vol.4 No.2: 268-280.
- [10] Drucker, P.F., 1985. *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row Publisher, Inc, USA.
- [11] Sternberg, Robert J., 2006. The Nature of Creativity. *Creativity Research Journal*, Vol.18 No.1: 87-98.