

Kreatif selama Pandemi Covid 19

Bertha Reni Pudji Mawarti, Dosen STARKI



Sejak Maret 2020 dunia berhadapan dengan Pandemi Covid-19, suatu hal yang tidak terpikirkan sebelumnya. Sejak itu pula, kehadiran virus Covid-19 ini telah mengubah segala aktivitas dan kehidupan di segala aspek. Mulai dari sektor ekonomi, sosial, budaya, dan pendidikan semua terkena dampaknya. Pandangan kita terhadap Covid-19 tidak jauh dari hal yang menakutkan dan mematikan. Hal ini menyebabkan kondisi fisik dan psikis kita terganggu sehingga menghambat segala aktivitas yang biasa kita lakukan sebelum pandemi ini muncul. Perubahan gaya hidup membuat pola pikir kita juga berubah, mulai dari ide-ide yang biasa kita keluarkan jadi terhambat karena situasi ini. Hal seperti ini harus

dihindari dari pola pikir masyarakat dan tidak boleh larut dalam keterpurukan menghadapi masa pandemi ini. Pola pikir optimis diperlukan untuk bertahan dan terus berpikir kreatif dan inovatif. Generasi milenial memiliki segudang ide kreatif dan inovatif untuk dapat melewati masa pandemi ini bahkan bisa menjadi sebuah inovasi untuk masa yang akan datang.

Di tengah keterpurukan dalam menghadapi pandemi ini, perjuangan dan upaya keras untuk bertahan hidup sangat dibutuhkan oleh masyarakat, khususnya generasi muda sebagai harapan bangsa. Generasi muda harus berusaha menjaga garis kehidupan mulai dari faktor internal dan eksternal, jangan sampai semua sektor di negeri ini menjadi lumpuh dan lepas kendali. Hidup dalam pandangan yang kreatif dan inovatif sangat dibutuhkan. Menjadi kreatif dan inovatif dalam situasi apapun merupakan bentuk upaya untuk menerapkan nilai-nilai yang ada.

Dalam bisnis, istilah kreativitas dan inovasi digunakan hampir secara bergantian, tetapi dari sudut pandang konseptual ada perbedaan antara kedua istilah ini. Secara singkat, kreativitas menghasilkan produksi ide-ide baru dan berguna (Amabile, 1996) dalam *domain* apa pun, dan inovasi melibatkan keberhasilan implementasi ide-ide kreatif (Rosing, Frese and Bausch, 2011)

dan komersialisasi ide-ide ini di pasar. Oleh karena itu, proses inovasi dapat dianggap sebagai kombinasi dari dua kegiatan utama: kreativitas dan implementasi. Inovasi merupakan keahlian untuk penerapan kreativitas dalam bentuk pemecahan problem serta mendapatkan peluang (*doing new thing*). Bertindak untuk berpikir inovatif merupakan nilai tambah dan sumber peluang bagi pengusaha (Suharyadi dkk., 2007).

Pandemi ini telah mengakibatkan keterpurukan kepada beberapa sektor industri seperti sektor pariwisata, termasuk sektor ekonomi yang mengalami kerugian terbuka, terutama yang dialami oleh para pedagang UMKM. UMKM merupakan penggerak ekonomi terbesar di Indonesia dan telah merajalela di kalangan masyarakat Indonesia, dari masyarakat kecil hingga besar. Sejak pandemi Covid-19, UMKM sendiri telah menyebar di masyarakat Indonesia untuk bertahan. Oleh karena itu harus dicari cara strategis agar bisnis tetap berjalan sambil tetap mematuhi protokol kesehatan. Salah satu caranya adalah melalui produksi gambar-gambar atau video ajakan berdagang sambil menggunakan masker, baik pembeli maupun pedagang.

Teknik promosi dari mulut ke mulut merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh UMKM. Strategi ini bermaksud untuk mengambil pangsa pasar lingkungan sekitarnya. Saat para pembeli merasa puas maka mereka tidak segan-segan untuk merekomendasikan kepada semua orang yang dikenalnya. Hal ini pastinya akan menghemat biaya promosi karena tidak perlu membayar orang

untuk iklan. Dalam kondisi normal hal ini tidak terlalu bermasalah, tetapi pada masa pandemi ini di mana masyarakat akan lebih selektif dalam membeli barang maka promosi dari mulut ke mulut pun menjadi tidak terlalu efektif. Pemotongan gaji, pengurangan proyek-proyek, sampai dengan pemutusan hubungan kerja telah membuat masyarakat menjadi selektif dalam membelanjakan uangnya. Terlebih lagi dengan adanya *Work From Home (WFH)* dan *Study From Home (SFH)* telah membuat kebutuhan akan barang konsumsi menjadi meningkat. Hal ini membuka peluang bagi para pelaku UMKM yang memang pada umumnya dalam bidang penjualan barang-barang konsumsi.

Sebenarnya pada masa pandemi ini daya beli masyarakat justru meningkat, terutama untuk pembelian-pembelian barang melalui *online shop*. Para pelaku usaha, termasuk pelaku UMKM diajak untuk kreatif dan inovatif, tidak hanya barang penjualannya tetapi juga metode penjualannya. Penjualan dengan dalam menggunakan media *online* harus dikuasai, sebagai bentuk kreativitas dan inovasi. Kreativitas dalam membuat isi media (*content*) dan juga kreatif dalam memberikan pelayanan kepada para pembeli. Selain itu, para pelaku UMKM juga harus kreatif dalam mendesain barang penjualannya sehingga mampu bersaing dengan para pelaku UMKM lainnya. Pembelian dengan menggunakan aplikasi *e-commerce* menjadi meningkat karena orang tidak perlu keluar rumah untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Semuanya tinggal “klik” dari rumah, bahkan dari kamar tidur, dan barang yang diinginkan pun tiba di depan pintu masuk rumah. Persaingan barang

menjadi persaingan sempurna. Seleksi alam pun terjadi, di mana barang yang tidak unik akan otomatis tidak banyak yang akan membelinya. Unik dalam hal ini dapat dilakukan terhadap bentuk barang itu sendiri, misalkan bakso setan, bakso gepeng, bakso mercon, dan sebagainya. Selain itu unik dalam hal pengemasan, pelayanan, dan lain-lain.

Dalam masa pandemi ini, orang-orang yang kreatif dan inovasi akan memperoleh masa keemasan. Tidak perlu malu untuk banting setir menjadi pedagang. Tidak usah memikirkan dahulu jabatannya sebagai manajer, supervisor, staf ahli. Saat ini adalah pengangguran yang tidak lagi mempunyai jabatan dan pekerjaan tetap. Uang pesangon bisa saja mencukupi kebutuhan saat ini, tetapi bagaimana jika pandemi ini berkepanjangan? Perlu adanya pendapatan yang mampu untuk memenuhi kebutuhan hidup. Banyak juga para pengangguran yang akhirnya sukses menjadi pedagang bakso, mie ayam, makanan beku, dan lain sebagainya. Semuanya itu disebabkan kreativitas yang tinggi dan pantang menyerah.

Selain pribadi yang kreatif dan inovatif, ternyata faktor lingkungan pun menjadi salah satu hal yang mendukung berkembangnya usaha yang dilakukan karena adanya sifat kerukunan yang tidak luntur antar masyarakat di daerah tersebut. Masyarakat di desa masih memegang teguh prinsip budaya yang kuat untuk tidak membiarkan tetangganya merasa *down* di masa pandemi ini. Ada suatu masyarakat yang membuat kelompok usaha untuk nantinya menjadi pemasok bagi para pelaku usaha atau bahkan mereka sendiri yang

membentuk kelompok pelaku usaha.

Dalam melawan Covid-19 agar generasi milenial tidak tergoyahkan maka perlu terus melakukan sesuatu dari ide-ide kreatif dan inovatif mereka, seperti mengubah sikap dan cara pandang kita menjadi optimis, jangan biarkan pesimisme kita mendominasi. Sebagai generasi milenial penerus bangsa di masa pandemi ini dituntut untuk selalu optimis dalam melakukan sesuatu, jangan sampai larut dalam kesedihan hidup berdampingan dengan virus ini. Mahasiswa sebagai salah satu generasi emas yang dapat memberikan perubahan mengalami permasalahan di bidang pendidikan selama masa karantina. Tanggung jawab dan kreativitas mahasiswa harus tetap dijalankan di masa pandemi ini. Mahasiswa yang kreatif dan inovatif mempunyai peluang yang lebih besar pada masa pandemi ini sehingga mampu menjadi wirausaha sejati. Selain mengikuti kewajiban belajar, ternyata banyak kursus dan pelatihan *online* yang diselenggarakan dan semuanya gratis. Setelah selesai belajar dan mengerjakan tugas-tugas kuliah maka kegiatan pengembangan diri melalui kursus atau pelatihan dapat dilakukan dan pastinya dapat langsung dipraktikkan karena kemudahan dan kecepatan mendapatkan bahan-bahan praktik melalui pembelian secara *online*. Selain kursus atau pelatihan juga bisa mengikutinya dari kanal-kanal video pembelajaran, *youtube*, dan laman-laman internet lainnya. Semuanya tersedia gratis tanpa biaya pendaftaran, biaya kursus, biaya transportasi, dan sebagainya. Ini semuanya tersedia bagi mereka yang kreatif dan inovatif.

Pandemi memaksa pelajar, mahasiswa, guru, dosen, dan pekerja lainnya untuk melakukan bekerja dari rumah (WFH) dan belajar dari rumah (SFH) untuk memutus mata rantai Covid-19 yang terus mengalami lonjakan. Salah satunya adalah aparatur sipil negara yang harus menjalankan tugasnya secara *online*. Semuanya itu masuk dalam kategori usia produktif. Perlu pelatihan dan pembimbingan untuk mengarahkan saja. Para pendidik dipaksa untuk menjadi kreatif dalam mengajar dan menyediakan bahan ajar sehingga para peserta didik betah mengikuti pembelajaran *online*. Para pendidik dipaksa untuk memutar otak membuat suasana belajar setiap minggunya menjadi suasana yang sangat dinanti-nantikan oleh para peserta didiknya. Pertemuan *online* hanya menjadi sarana untuk membimbing para peserta didik agar melakukan kegiatan-kegiatan

yang kreatif dan inovatif karena para peserta didik harus mampu mengerjakan tugas-tugas yang diberikan secara individu. Hal ini benar-benar menuntut kreativitas yang tinggi agar mampu menyelesaikan tugas-tugas tersebut. Para pendidik hanya memberikan instruksi atau pembimbingan secara lisan atau tertulis atau melalui video singkat pembelajaran dan para peserta didik harus mampu mengaplikasikan sendiri, sehingga tugas-tugasnya dapat selesai sesuai dengan waktu dan kriteria yang sudah diberikan sebelumnya.

Kita tidak tahu sampai kapan kondisi pandemi akan berakhir. Yang dapat kita lakukan adalah selalu berpikir kreatif dan inovatif, menyesuaikan kehidupan dengan kondisi saat ini alias hidup normal dengan cara baru (*new normal*). Salam sehat, kreatif, dan inovatif. /ES/





Daftar Referensi

Amabile, T. M. (1996) *Creativity in Context*. Boulder, CO: Westview Press.

Rosing, K., Frese, M. and Bausch, A. (2011) 'Explaining the heterogeneity of the leadership- innovation relationship: Ambidextrous leadership', *The Leadership Quarterly*, 22(5), pp. 956–974.

Suharyadi dkk. (2007) *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Jakarta: Salemba Empat.