



# PROSIDING

## Seminar Nasional

*"Trend Vision for Creative Industry"*

fashion culinary and beauty

Jurusan Teknologi Industri Fakultas Teknik

Universitas Negeri Malang (UM)



ISBN: 978-602-96174-1



email: [fcb1tium@gmail.com](mailto:fcb1tium@gmail.com) | [fcb1\\_tium@yahoo.com](mailto:fcb1_tium@yahoo.com)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
<b>MAKALAH PEMBICARA UTAMA</b>	
Prof. Dr. A Mukhadis, M.Pd	Pengembangan <i>Mindset Entrepreneurship</i> Sebagai Orientasi Pembelajaran Dalam Bidang Teknologi 1
Deden Siswanto	Eksplorasi Budaya Dalam Desain Mewah 24
Hadriani Ahmad Sofiyulloh (Sofie)	Inspirasi Sofie 27
Chenny Han	Airbrush Make Up 31
<b>MAKALAH PENDAMPING</b>	
<b>TEMA 1: EKSPLOKASI USAHA KREATIF BIDANG BUSANA, BOGA, DAN KECANTIKAN YANG MAMPU MENJADI "TREND" DI MASYARAKAT</b>	
Afif Ghurub Bestari	Penciptaan Ikat Kepala Inovatif Jogja Sebagai Penunjang Industri Pariwisata Indonesia 35
Endang Setyaningsih	Pemanfaatan Limbah Kulit Jagung Menjadi Kerajinan Tangan Untuk Industri Kreatif Skala Rumah Tangga 50
Hasmah	Pakaianpun Berbicara 62
Kristining Bintari	Prospek Tekstil Monumental Menjadi Peluang Usaha Bagi Wirausaha Di Bidang Busana 74
Maria Krisnawati	Kreasi Flanel Berbentuk Aneka Makanan Untuk Usaha Kreatif 89

Mursidah Waty	<i>Fashion</i> Dan Kecantikan Dalam Gaya Hidup Wanita Modern	101
Nurul Aini	Industri Kreatif Dengan Menggunakan Kain Tradisional Lurik	113
Nurul Hidayati	Ekspresi Seni <i>Airbrush</i> “Singo Edan” Pada <i>Fashion</i> di Kota “Arema”	124
Rosanti Rosmawati	<i>Virtualuxe</i> Sebagai <i>Trend Fashion</i> Ramah Lingkungan 2013	144
Sri Eko Puji Rahayu,	Industri Kreatif Busana Muslim: Trend Bisnis Inspiratif di Indonesia	156

## **TEMA 2: DIVERSIFIKASI USAHA KREATIF BIDANG BUSANA, BOGA, DAN KECANTIKAN**

Diana Evawati	Diversifikasi Pangan Beras Jagung Instan Penganti Beras Dalam Menunjang Peningkatan Status Gizi Di Daerah Rawan Pangan Sebagai Salah Satu Peluang Industri Jasa Boga	170
Muhammad Ansori	Uji Obyektif Murah Pada Industri Jasa Boga Dengan Spektroskopi Inframerah (Near Infra-Red Spectroscopy “Nirs”)	181
Octaviantj Paramita	Kajian Pemanfaatan Limbah Kelapa Pada Pembuatan Vco Ditinjau Dari Kandungan Gizi Sebagai Produk Olahan Pangan Bermutu Tinggi	194
Rini Sudjarwati	Filosofi Dan Rasa Umami Rendang Dalam Cita Rasa Nusantara	209
Triyanto Sri Widarwati	Hari Besar Keagamaan, Jasa Usaha, Dan Trend Fashion Indonesia	221

## **TEMA 3: MENYIAPKAN ENTREPRENEUR MUDA INOVATIF, KREATIF, DAN KOMPETITIF**

Ade Novi Nurul Ihsani	Meningkatkan Keterampilan Dan Pendapatan Mahasiswa Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang Melalui Hantaran Pengantin	232
-----------------------	---	-----

Enny Puri Rahayu	Peranan Perawatan Spa Tradisional pada Kesehatan dan Kecantikan Kulit dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Puri Ayu Salon Surabaya	246
Rina Rachmawati	Pemasaran Kreatif dan Inovatif Mendukung Usaha Kecil Menengah (UKM) Bidang Boga yang Kompetitif	267
Sri Wening	Menjadi Entrepreneur Yang Kreatif dan Inovatif Berbasis Konsumen Terdidik	281
Laili Hidayati	Uji Mutu Hedonik Taro Crunch Substitusi Tepung Talas Bentul Dengan Persentase Yang Berbeda	294

**TEMA 4: PEMBELAJARAN INOVATIF DAN KREATIF UNTUK MENUMBUHKAN JIWA ENTREPRENEURSHIP**

Enny Zuhni Khayati	Mengembangkan Kreativitas Melalui Pembelajaran Aksesoris Busanaberbasis Masalah	312
Hapsari Kusumawardhani	Peluang Dan Peran Sekolah Kejuruan Dalam Menciptakan Usaha Kreatif <i>Handmade</i> Rajut	326
Kusminarko Warno	Pengembangan Media Pembelajaran Membuat Pola Celana Pria Berbasis <i>Adobe Flash</i> Pada Siswa Kelas XI Busana Butik di SMK Negeri 2 Godean	338
Nur Endah Purwaningsih	Membentuk Jiwa Entrepreneurship Melalui Pembelajaran Inovatif dan Kreatif Di SMK	353
Prapti Karomah	Penerapan Metode Kooperatif Learning Pada Mata Kuliah Produksi Busana Perorangan Untuk Menumbuhkan Jiwa Wirausaha	367
Sicilia Sawitri	Pembelajaran Inovatif Sebagai Alternatif Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana Fakultas Teknik UNNES	381

Sri Emy Yuli Suprihatin	Pembelajaran Produksi Konfeksi Berbasis Sumber Belajar Kontekstual Dalam Membangun Jiwa Entrepreneur	398
Sugiyem	Penerapan Metode Demonstrasi Sebagai Upaya Meningkatkan Motivasi dan Prestasi Belajar Mendisain Mahasiswa	412
Yoni Sudiani	Kreatifitas Seni Pada Permainan Edukatif Bagi Anak-Anak	426
Agus Heri Supadmi Irianti	Implementasi Inovasi Pembelajaran Kewirausahaan Pada Mata Kuliah Teknik Pembuatan Busana II Untuk Menumbuhkan Jiwa Enterpreneur	439
Prima Minerva	Hiperpigmentasi Kulit	450
JADWAL SEMINAR PARALEL MAKALAH PENDAMPING		462

## MENJADI ENTREPRENEUR YANG KREATIF DAN INOVATIF BERBASIS KONSUMEN TERDIDIK

Sri Wening

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
e-mail riwening@yahoo.co.id

**Abstrak:** Sulitnya mendapatkan lapangan kerja dan besarnya tuntutan ekonomi yang semakin menghimpit masyarakat, membuat sebagian besar dari mereka mulai nekat berputar arah memutuskan terjun di dunia usaha. Menjadi seorang entrepreneur, dapat sebagai salah satu pilihan hidup yang banyak dijalani masyarakat Indonesia. Demikian halnya dengan sebagian masyarakat yang memiliki pendidikan dari lingkungan sekolah kejuruan yang banyak memiliki segudang keterampilan yang diperolehnya melalui bangku sekolah maupun bangku kuliah. Akan tetapi dalam menjalankan suatu usaha oleh sebagian pengusaha tidak selalu mulus. Sesekali bahkan mengalami keterpurukkan yang sangat mendalam. Apalagi menjadi seorang pengusaha di zaman serba modern seperti sekarang ini tantangannya cukup besar. Tidak hanya persaingan pasarnya saja yang sekarang ini semakin ketat, namun serbuan kreativitas dan inovasi berbagai produk dari para *competitor* yang tak pernah berhenti menjadi salah satu tantangan besar bagi para entrepreneur untuk mempertahankan usaha/bisnis yang telah dibangunnya. Dalam meraih kunci keberhasilan untuk menjalankan wirausahanya dapat disiasati untuk meraihnya melalui pemikiran kreatif dan inovatif dalam menciptakan nilai tambah dengan mengacu kepada pemenuhan kebutuhan para konsumen terdidik. Disamping memiliki kemampuan dalam mengelola usaha dengan benar sehingga mampu terus mencetak laba. Konsumen terdidik ketika melakukan konsumsi sudah semakin kritis terhadap produk barang maupun jasa yang dibelinya, karena mereka memiliki kesadaran hak-hak dan tanggung jawab konsumen untuk memperoleh perlindungan konsumen. Karenanya, sebagai seorang entrepreneur tentunya dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif di setiap saat dan berani menjawab semua tantangan dengan cara yang dimiliki.

**Kata kunci:** *entrepreneur, kreatif, inovatif, konsumen berpendidikan*

**Abstract:** The difficulty of getting job and the growing size of the economic demand forces many people to enter a field of business. Becoming an entrepreneur is one of many life choices of Indonesian people. This also happens to those who have a study background of

vocational education. However, becoming an entrepreneur is not always easy, especially in running the business. In this modern era, running a business is a big challenge. Not only the market competition, we also have to face the rush of other creative and inovative products from our competitors. To gain succes in running our own business, there are ways we can try. One of them is by thinking creatively and inovatively in creating the added value of our product to fulfill the educated consumers' need. Having good ability in managing business is another requirement to earn more money. It is because an educated consumer will critically choose goods and services he/she wants. An educated consumer like this has a good awareness of the rights and duties concerning to the consumer's protection. That is why a modern entrepreneur is demanded to always be creative and inovative in answering any challenges.

**Key Words:** *entrepreneur, creative, inovative, educated consumer*

Menjadi pengusaha bidang busana atau yang lainnya di zaman modern memiliki tantangan yang cukup besar. Karenanya, seorang entrepreneur dituntut selalu kreatif dan berani menjawab semua tantangan tersebut. Dalam segala hal yang dikerjakan oleh seorang wiraswasta dituntut untuk selalu memiliki kreatifitas dan inovasi sendiri mulai mengerjakan hal mudah seperti memasak, busana sampai hal yang bisa dikatakan rumit seperti memimpin sebuah negara, semua masalah itu memerlukan kecerdasan dan kreatifitas berfikir. Seiring berkembangnya zaman yang didukung oleh teknologi-teknologi canggih dapat membantu untuk meningkatkan daya kreatifitas tersebut. Selain kreatifitas yang harus dimiliki juga harus memiliki inovasi karena dari inovasi lah semua jalan kehidupan terbuka. Inovasi merupakan hal yang mungkin bisa dibilang sebagai transformasi pencetus kreatifitas sesuai dengan mimpi yang ingin diraihnya. Seperti dalam menjalankan perusahaan yang berbasis di bidang busana inovasi dan kreatifitas adalah kunci utama yang harus menjadi prioritas.

Kreatifitas dan inovasi dapat diperoleh dari pengalaman setelah berinteraksi dengan konsumen terhadap produk maupun kualitas dari produk itu sendiri. Setiap produk maupun jasa yang dihasilkan akan semakin berkualitas apabila selalu mempelajari dari gejala kebutuhan maupun keinginan oleh konsumen yang semakin

kritis dan terdidik. Karena menemukan kreatifitas dan inovasi diperlukan pembelajaran terlebih dahulu. Dimungkinkan seorang wirausaha perlu menjadi seorang yang salah dulu untuk menjadi seseorang yang kreatif dan inovatif. Kreatifitas dan inovasi juga dapat diperoleh dari bertukar informasi mungkin jika banyak informasi yang diperoleh maka makin banyak jalan yang dimiliki, yang dimana jalan itu adalah sesuatu hal yang disebut kreatifitas.

Mencoba hal-hal baru, jangan khawatir gagal, karena apa yang terjadi adalah, sebagai pengusaha mungkin dihantarkan ke sesuatu yang baru.” Bukankah mereka asalnya tidak mengetahui caranya membuat jenis busana lainnya, namun karena adanya bertukar informasi terciptalah sesuatu desain busana yang baru dan itu disebut kreatifitas.

### **PENGERTIAN DAN CIRI-CIRI *ENTREPRENEUR***

*Entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis *entreprendre* bila diterjemahkan memiliki kesamaan kata dengan kewirausahaan yang berarti tanggung jawab. Kewirausahaan menurut Hisrich, Peter, dan Shepherd (2008: 8) adalah “*Entrepreneurial is the process of creating something new with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychic, and social risk, and receiving the resulting rewards of monetary and personal satisfaction in independence*”. Mengkaji kewirausahaan dari pendapat Lambing dan Kuehl (2003) menyebutkan bahwa “*entrepreneurship was self employment with an uncertain return*”. Dari pendapat tersebut menunjukkan bahwa kewirausahaan dapat dilakukan sendiri dengan pengembalian yang tak menentu.

Di dalam menanggapi definisi tersebut di atas bahwa kewirausahaan atau entrepreneur adalah merupakan peluang membuka usaha baru terdapat banyak hal-hal yang tidak dapat ditentukan (*uncertain*). Ketidak pastian tersebut menurut Bygrave yang dikutip oleh (Buchari Alma, 2001) adalah ketidak pastian antara wirausaha yang memiliki ide mendirikan usaha baru dengan peluang yang diharapkan, kemudian antara wirausahawan dan peluang dengan sumber daya yang tersedia, baik sumber daya manusia maupun sumber daya non manusia. Untuk melengkapi pemahaman tentang kewirausahaan, Abdullah (2005) mengatak



bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi resiko.

Dari beberapa penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa entrepreneur atau kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan peluang dengan menggunakan sumber daya yang ada, memanfaatkan peluang. Pada intinya kewirausahaan tidak dimiliki oleh para usahawan saja, namun dapat pula dimiliki oleh setiap orang yang berpikir kreatif dan bertindak inovatif. Idea atau gagasan akan menjadi peluang, bila wirausaha bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus menerus melalui proses mencipta sesuatu yang baru dan berbeda (*thinking a new thing*). Inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang dan melakukan sesuatu yang baru (*doing new thing*). Jadi sesuatu yang baru dan berbeda dapat berbentuk *hasil* (misalnya: barang dan jasa), serta juga berbentuk *proses* berupa ide, metode dan cara.

Wirausahawan adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan (Kasmir, 2006). Pendapat lain mengatakan, bahwa wirausaha adalah innovator yang mampu memanfaatkan dan mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dijual atau dipasarkan, memberikan nilai tambah dengan memanfaatkan upaya, waktu, biaya, atau kecakapan dengan tujuan mendapatkan keuntungan (Mahmud Machfoeds, 2004). Oleh karena itu bila disimpulkan, seorang wirausaha adalah orang yang berani mengambil resiko dalam mengadakan inovasi dengan berbagai kombinasi – kombinasi baru untuk menciptakan produk, melalui proses, pemasaran, dan sumber-sumber yang ada. Seorang wirausaha harus pandai menemukan dan mengevaluasi peluang-peluang dan mengumpulkan sumber daya yang ada yang diperlukan untuk mewujudkan usaha baru.

Munculnya wirausaha didorong oleh beberapa factor, yaitu *factor personal attributes* dan *factor personal environment* (Buchari Alma, 2001). Faktor personal

attribute adalah seseorang yang memiliki keinginan berprestasi yang sangat tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak berwirausaha. Faktor environmental yang ada di sekeliling diri wirausaha akan berpengaruh pada pembentukan watak wirausaha, misalnya lingkungan keluarga, lingkungan tempat tinggal seseorang. Pada daerah yang kebanyakana terdapat wirausaha bidang busana, akan berpengaruh terhadap masyarakat sekitarnya.

Beberapa ahli mengemukakan tentang ciri wirausaha berbeda-beda. Ciri-ciri wirausaha menurut Mahmud Machfoeds (2004), yaitu 1) mengejar prestasi, 2) berani mengambil resiko, 3) mampu memecahkan permasalahan, 4) rendah hati, 5) bersemangat, 6) memiliki rasa percaya diri, 7) menghindari sifat cengeng, dan 8) mencari kepuasan diri. Pendapat lain mengatakan bahwa ciri-ciri wirausaha antara lain: a) percaya diri, b) berorientasi tugas dan hasil, c) pengambil resiko, d) kepemimpinan, e) keorisinilan, dan f) berorientasi ke masa depan (Buchari Alma, 2001). Kewirausahaan merupakan hal yang sulit dan penuh dengan trik, hal tersebut terbukti dengan banyaknya usaha baru yang gagal tetapi dapat bangkit kembali. Hal yang tak kalah pentingnya dalam kewirausahaan adalah pemasaran, meliputi konsep-konsep bisnis, segmen pasar, teknik-teknik pemasaran, jaringan kerja dan komunikasi produk. Untuk keberhasilan dalam usahanya, seorang entrepreneur yang kreatif dan inovatif untuk dapat berkembang usahanya tidak boleh mengabaikan segmen pasar yaitu konsumen sebagai pengguna produk barang maupun jasa. Konsumen yang berpendidikan ketika mengkonsumsi barang maupun jasa selalu memiliki kesadaran akan hak-hak dan tanggung jawab konsumen, serta perlindungan konsumen. Oleh karena itu, dalam mencipta produk barang maupun jasa selalu memperhatikan akan hak-hak konsumen tersebut agar memperoleh daya tarik produk yang dihasilkan.

## **ENTREPRENEUR YANG KREATIF DAN INOVATIF DALAM USAHA/ BISNIS**

Perkembangan usaha/bisnis yang sangat pesat, menimbulkan persaingan pasar yang cukup ketat. Setiap harinya muncul pelaku bisnis yang mengenalkan produknya dengan kreativitas dan inovasi baru, sehingga persaingan pasar pun tidak

bisa dihindarkan lagi. Jika para pelaku usaha tidak berusaha menjadi diri yang kreatif dan inovatif, usahanya hanya akan tergerus persaingan pasar. Kreatif dan inovatif dalam menjalankan bisnis, menjadi salah satu kunci sukses sebuah bisnis untuk memenangkan persaingan pasar. Dengan menciptakan produk baru yang berbeda dengan produk lainnya, bisnis yang digeluti akan memiliki nilai lebih dibandingkan dengan produk lainnya. Oleh karena itu, adanya kreativitas dan inovasi terhadap suatu produk sangatlah penting. Perlu untuk dikaji bagaimana caranya memunculkan kreativitas dan inovasi bisnis. Sebelumnya marilah untuk mengetahui terlebih dahulu mengenai pengertian kreatif dan inovatif.

Kreativitas adalah menciptakan ide atau gagasan baru yang mampu menghasilkan produk baru yang belum sebelumnya, dan bisa digunakan oleh masyarakat. Hal ini merupakan suatu impian bagi pengusaha dalam mengembangkan usahanya dalam wujud ide maupun gagasan barunya. Sedangkan yang dimaksud dengan inovasi adalah pembaruan yang bertujuan memberikan nilai lebih pada suatu produk dengan ide baru yang berbeda dengan produk lainnya. Tahapan inovasi ini merupakan transformasi dari impian yang dimiliki untuk mengembangkan usaha yang diwujudkan dalam bentuk pembaruan produk usahanya. Walaupun kedua kata ini memiliki arti yang berbeda, namun kedua hal tersebut sangat berhubungan erat terutama dalam pengembangan usaha.

Menjadi seorang entrepreneur di zaman serba modern seperti sekarang ini memiliki tantangannya cukup besar. Tidak hanya persaingan pasarnya saja yang sekarang ini semakin ketat, namun serbuan kreativitas dan inovasi produk barang maupun jasa dari para *competitor* yang tak pernah berhenti menjadi salah satu tantangan besar bagi pengusaha. Karenanya, sebagai seorang entrepreneur tentunya dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif serta memperhatikan pula kualitas konsumen yang semakin kritis dalam mendapatkan kenyamanan, keselamatan ketika menggunakan produk barang maupun jasa di setiap saat dan berani menjawab semua tantangan dengan cara yang dimiliki.

Untuk menjadi seorang entrepreneur kreatif dan inovatif dalam menjalankan usahanya dapat dilakukan melalui cara sebagai berikut: (1) Kreativitas bisa dikembangkan dari sebuah kebiasaan. Banyak orang berpendapat bahwa kreativitas

didapatkan karena bakat turunan, hal inilah yang menghambat sebagian besar orang untuk berkarya. Sebab, mereka terlanjur minder dengan kekuatan dirinya dan enggan mengasah kreativitas yang pada dasarnya dimiliki setiap manusia. Karenanya, mulai sekarang biasakan melatih kreativitas secara rutin dan ciptakan sebuah produk baru berupa barang ataupun jasa yang tentunya belum pernah ada sebelumnya. (2) Tidak hanya sebatas menciptakan produk unik. Sekarang ini banyak pelaku usaha yang berlomba-lomba menunjukkan kreativitas mereka dengan cara menciptakan produk-produk unik yang belum pernah ada sebelumnya. Strategi memang cukup efektif, namun terkadang para pengusaha kurang memperhatikan daya tarik atau nilai tambah yang ditawarkan produk tersebut, sehingga tidak jarang produk unik yang dihasilkan terkesan kurang menjual dan belum mengena di hati para konsumen. (3) Memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnisnya. Selain menghasilkan ide-ide yang kreatif dan inovatif, seorang pelaku usaha dituntut untuk lebih peka terhadap perkembangan teknologi yang ada saat ini. Hal tersebut penting, mengingat sebagai entrepreneur sukses harus jeli melihat peluang pasar dan bisa menciptakan sebuah inovasi yang sesuai dengan perubahan minat konsumen. Contohnya saja dengan menggunakan mesin atau teknologi terbaru guna untuk meningkatkan kapasitas produksi busana maupun memanfaatkan teknologi informasi melalui online untuk memperluas jangkauan pasar bisnis. Bermoldakan kreativitas untuk memecahkan permasalahan bisnis. Pastikan bahwa sebagai seorang entrepreneur mampu menghadapi situasi-situasi sulit dan menjalankan sebuah usaha dan berhasil menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dengan kreativitas yang telah dimiliki. Dengan modal kreativitas dalam diri seorang entrepreneur, berusaha mencoba untuk mencari alternatif lain ketika permasalahan yang dihadapi menemui jalan buntu dan jangan mudah menyerah dengan keadaan yang kurang menyenangkan (<http://bisnisukm.com/tag/menjadi-pengusaha.html>)

Selain beberapa cara untuk menjadi seorang entrepreneur kreatif dan inovatif yang telah disebutkan di atas, berikut ini akan dijelaskan cara lain yang dapat melengkapi seorang wirausaha menjadi kreatif dan inovatif yaitu: 1) Membuat ide baru, ide baru dalam menjalankan peluang bisnis dapat memberikan nilai lebih bagi bisnis yang dijalankan. Sehingga bisa memenangkan persaingan bisnis yang

ada. Dengan memiliki ide – ide yang kreatif, maka bisa menciptakan program baru yang lebih inovatif; 2) Melawan ketakutan akan perubahan, pelaku bisnis yang kreatif dan inovatif tidak pernah merasa takut dalam melakukan perubahan. Mereka tidak pernah takut akan kegagalan, karena bagi mereka kegagalan adalah jalan sukses yang masih tertunda; 3) Motivasi diri yang kuat, dengan motivasi diri yang kuat, segala perubahan dan ide yang diciptakan dapat diaplikasikan dengan mudah. Selain itu dengan motivasi yang kuat, tidak akan mudah menyerah terhadap kegagalan dalam menjalankan ide baru Anda; 4) Terima opini, untuk menciptakan bisnis yang kreatif dan inovatif, sebaiknya konsultasikan dengan rekan bisnis yang memiliki pengetahuan lebih banyak. Bila perlu konsultasikan ide yang dimiliki dengan rekan bisnis yang ahli, keluarga, atau teman dekat. Sehingga mendapatkan dukungan dan ide bisnis yang lebih variatif; 5) Perbanyak pengetahuan, dengan memperluas pengetahuan, baik dengan membaca buku kewirausahaan, buku motivasi berwirausaha, maupun majalah usaha/bisnis lainnya agar mendapatkan banyak referensi yang bisa membantu untuk memunculkan ide-ide cemerlang. Sehingga pengetahuan tentang pengembangan ide – ide usaha/bisnis akan ditemukan (<http://bisnisukm.com/menjadi-diri-yang-kreatif-dan-inovatif.html>).

Sebuah bisnis tidak dapat bertahan lama ditengah persaingan, jika pelaku usahanya tidak memiliki kreativitas dan inovasi dalam menjalankan bisnisnya. Tentu saja semua ini harus didasarkan pada kejelian dan analisis kritis dari para pengguna produk usaha yaitu konsumen untuk memperoleh daya tarik produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, sebagai seorang entrepreneur harus memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumen terdidik untuk memperoleh kepuasan konsumen terhadap produk yang digunakan, agar mereka tidak mengalami kekecewaan maupun kerugian dalam menggunakan produk yang dihasilkan.

#### **KONSUMEN TERDIDIK SEBAGAI RUJUKAN KREATIF DAN INOVATIF SEORANG ENTREPRENEUR DALAM MENCIPTAKAN NILAI TAMBAH BARANG DAN JASA**

Seorang entrepreneur yang kreatif dan inovatif dalam menjalankan bisnis untuk menghasilkan produk barang maupun jasa yang berkualitas hendaknya

memperhatikan kepentingan konsumen. Dalam menghadapi etika bisnis yang tidak sehat dan ini dilakukan oleh pengusaha yang mempunyai posisi kuat, pemerintah telah memberikan perlindungan kepada konsumen seperti tertuang dalam UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAB III pasal 4 butir f menetapkan bahwa salah satu hak-hak konsumen adalah berhak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen. Oleh karena itu seorang entrepreneur yang kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produk barang maupun jasa selalu memperhatikan kepentingan konsumen yang terdidik dan dilindungi.

Pemberdayaan konsumen penting untuk dilakukan karena sejak dalam kandungan sampai diakhir hayatnya selalu melakukan konsumsi untuk kebutuhannya. Oleh karena itu, seseorang perlu mendapatkan pendidikan konsumen agar memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola keuangan secara personal, dapat melakukan tindakan ketika membuat keputusan untuk membeli, serta menjadikannya seorang warga masyarakat yang baik dalam memutuskan untuk membeli barang. Berikut ini sebuah ilustrasi hasil penelitian tentang perlunya pendidikan konsumen untuk siswa yang dilakukan oleh Bannister (1996), berdasarkan hasil temuan secara deskriptif dipandang perlunya diberikannya pendidikan konsumen di sekolah-sekolah karena pendidikan ini memiliki tujuan membantu peserta didik untuk: 1) memperoleh ilmu pengetahuan untuk bertindak sebagai konsumen terdidik, 2) membangun suatu pengertian fungsi sosial sebagai sebuah peranan keseluruhan dan khususnya para konsumen, 3) menguasai keterampilan-keterampilan sehingga dapat berfungsi sebagai konsumen yang terdidik dan bertanggung jawab, 4) menyadari pentingnya menjadi konsumen terdidik, dan 5) bertindak sebagai konsumen terdidik, terpelajar dan bertanggung jawab. Dijelaskan lebih lanjut oleh Rosella bahwa pendidikan konsumen diberikan kepada peserta didik agar ketika mengkonsumsi produk hendaknya mempertimbangkan dampak pilihan mereka terhadap kesejahteraan orang lain.

Di Indonesia pada umumnya pendidikan untuk konsumen tidak secara implisit diberikan melalui kurikulum tersendiri, tetapi diintegrasikan melalui mata pelajaran yang terkait pada materi ajar yang diberikan oleh guru. Dibeberape

sekolah kejuruan dan di beberapa jurusan di perguruan tinggi kejuruan/vokasi pendidikan untuk konsumen diberikan berdiri tersendiri sebagai mata pelajaran/mata kuliah. Pendidikan terhadap konsumen diberikan melalui ekstrakurikuler di sekolah. Secara non formal pendidikan konsumen diberikan melalui penyuluhan-penyuluhan, tayangan televisi maupun melalui media massa warta konsumen oleh Yayasan Lembaga Konsumen. Biasanya materi yang diberikan disesuaikan dengan modus kerugian atau produk berbahaya yang beredar sehingga dapat membahayakan keselamatan konsumen. Misalnya saja mie maupun bakso yang mengandung borak, daging sapi gelonggongan, tahu yang mengandung formalin dan lain sebagainya.

Agar konsumen terhindar dari penipuan dan kekecewaan yang disebabkan oleh proses berkonsumsi, hendaknya harus memiliki kesadaran terhadap hak-hak konsumen yang untuk diimplementasikan pada saat melakukan belanja/konsumsi. Berikut ini akan disebutkan hak-hak konsumen sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa.
- 2) Hak memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
- 4) Hak didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan.
- 5) Hak mendapat advokasi mengenai perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Seorang konsumen selain memiliki hak-hak konsumen tersebut diikuti dengan kewajiban dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa (Pasal

5 huruf (a dan b) UUPK. Seorang konsumen selain memiliki hak-hak konsumen juga mempunyai kewajiban sebagai seorang konsumen. Kewajiban yang dimiliki konsumen hendaknya wajib untuk dilaksanakan terhadap pemenuhan kewajibannya. Kewajiban konsumen ini sebagai ikhtiar tercapainya perlindungan konsumen agar terhindar dari kerugian atau kekecewaan ketika melakukan konsumsi, disamping itu pula sebagai bentuk perwujudan bentuk perilaku konsumen yang bijaksana. Adapun kewajiban tersebut sebagai berikut:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Seorang konsumen terdidik ketika akan membuat keputusan membeli terhadap suatu barang, selalu melakukan tindakan secara perseorangan antara lain 1) membaca label, merek dan iklan dengan kritis, 2) melihat dan memeriksa barang atau jasa dengan teliti, 3) membandingkan harga-harga terhadap barang atau jasa yang sejenis, 4) menetapkan prioritas kebutuhan, 5) menggunakan secara hemat dan cermat, 6) memanfaatkan yang masih ada kalau dapat, dan 7) menggunakan untuk hal-hal yang bermanfaat bagi sesama (Roem Topatimasang dkk, 1990).

Sikap kritis oleh seorang konsumen diperlukan agar tidak begitu saja percaya kepada penjual untuk mengemas barang yang dikonsumsi. Tapi mencoba memeriksa terlebih dahulu barang yang dikonsumsi, agar tidak mendapatkan barang yang dapat membuatnya rugi atau kecewa, misalnya bahan busana luntur, kadaluwarsa berkarat, atau penyok, kebenaran takaran dan lain sebagainya. Oleh karena itu seorang entrepreneur dalam mengembangkan kreatifitas dan inovatif usahanya hendaknya memperhitungkan pengetahuan dan keterampilan yang telah dimiliki oleh konsumen agar produk yang dihasilkan benar-benar bermanfaat dan berkualitas. Apabila konsumen merasa diperhatikan tentunya akan memberikan imbalan yang signifikan terhadap produk yang dihasilkan, produk akan dikonsumsi



secara berulang dan atau akan digetoktulkan kepada konsumen lain terdekatnya untuk mencoba membeli sesuai dengan manfaat barang yang telah dibuktikan.

## PENUTUP

Demikian sedikit sumbangan pemikiran mengenai pentingnya menjadi seorang entrepreneur yang kreatif dan inovatif berbasis konsumen terdidik dalam menciptakan nilai tambah barang dan jasa. Wirausaha sukses tentunya memiliki ketajaman bisnis dan ketrampilan berfikir yang cukup dalam melakukan perubahan untuk menciptakan usaha baru. Hal ini dilakukan untuk menghadapi tantangan yang cukup besar di zaman modern terhadap persaingan pasar yang sangat ketat dan serbuan kreativitas dari para *competitor* yang tak pernah berhenti dalam menghasilkan produk-produk baru. Oleh karenanya, sebagai seorang entrepreneur tentunya dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif di setiap saat dan berani menjawab semua tantangan dengan cara yang dimiliki. Ketika melakukan transformasi dalam mencipta produk-produk baru terhadap mimpi yang terkandung dari usaha kreatifnya untuk mengembangkan usahanya, hendaknya tidak mengabaikan sisi kepentingan konsumen yang sudah semakin terdidik dan dilindungi. Bila konsumen merasa puas dalam menggunakan barang maupun jasa maka akan ditularkan kepada orang lain sebagai teman terdekatnya untuk mencobanya. Tentunya hal ini menjadikan daya tarik suatu produk terhadap hasil kreatif dan inovatif yang dilakukannya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah. (2005). *Kewirausahaan*. Bahan Ajar Program Akta IV Guru-guru SMK se Jawa Tengah. Semarang: FT Universitas Negeri Semarang
- Bannister, R. (1996). Consumer education in the United States: A historical perspective. Artikel. Diambil pada tanggal 17 September 2002, dari [http://emich.edu/coe/monday/mr\\_231.html](http://emich.edu/coe/monday/mr_231.html).
- Buchari Alma. (2001). *Kewirausahaan penuntun perkuliahaan untuk perguruan tinggi*. Bandung: Alfabeta
- Diambil pada tanggal 27 April 2012 dari <http://bisnisukm.com/menjadi-diri-yang-kreatif-dan-inovatif.html>.
- Hisrich, RD dan Peter, MP. Shepherd, (2008). *Entrepreneurship*. Boston: Irwin McGraw Hill
- Kasmir, (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

---

*Seminar Nasional FCBI "Trend Vision for Creative Industry"*  
*Jurusan Teknologi Industri FTUM, 17 November 2012*

Lambing, PA & Kuehl, CR. (2003). *Entrepreneurship*. New Jersey: Prentice Hall

Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machtoedz. (2004). *Kewirausahaan : pendekatan kontemporer*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN

Topatimasang, R. (1990). *Menggeser neraca kekuatan*. Jakarta: Yayasan Lem Konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasa



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI MALANG  
FAKULTAS TEKNIK**

Jl. Semarang 5, Malang 65145  
Telepon : (0341) 565307  
Laman : [www.um.ac.id](http://www.um.ac.id)



# PIAGAM PENGHARGAAN

Nomor : 3994/LUN32.5/DT/2012

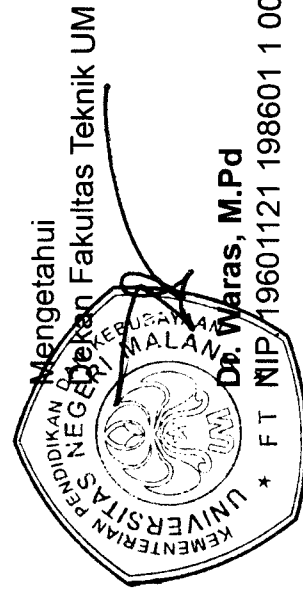
Diberikan kepada

sebagai

**PEMAKALAH**

**SEMINAR NASIONAL FASHION CULINARY AND BEAUTY  
“Trend Vision for Creative Industry”**

Yang diselenggarakan oleh Jurusan Teknologi Industri Fakultas Teknik Universitas Negeri Malang  
Pada tanggal 17 November 2012



Mengetahui

Dekan Fakultas Teknik UM

Dr. Waras, M.Pd

\* FT NIP.19601121 198601 1 001

Ketua Jurusan Teknologi Industri

Dr. Ir. Soenar Soekopitojo, M.Si  
NIP. 19630424 199802 1 001