

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### 1. Kreativitas Belajar

###### a. Pengertian Kreativitas

Istilah kreativitas sangatlah luas dan sulit untuk mengartikannya dalam satu definisi. Tak heran apabila banyak para ahli mengemukakan pendapatnya tentang sebuah kreativitas, seperti yang diungkapkan Sarsani, M.R. (2005: 1) *Creativity is too complex in nature. It is difficult to understand the meaning in one single definition.* Rhodes dalam Munandar, U. (2009: 20) menyebut keempat jenis definisi tentang kreativitas ini sebagai “*Four P’s of Creativity: Person, Process, Press, Product*”. Beberapa definisi tentang kreativitas berdasarkan definisi empat P meliputi: (1) definisi pribadi, (2) definisi proses, (3) definisi produk, dan (4) definisi press.

Kreativitas dilihat dari segi pribadi merupakan pemikiran unik yang muncul dari dalam diri individu berupa orisinalitas ide dan gagasan dalam berinteraksi dengan lingkungannya, sehingga memunculkan ide-ide baru yang berbeda. Definisi proses kreatif merupakan suatu proses dalam menemukan ide kreatif, dimulai dengan melihat permasalahan yang ada, kemudian mengumpulkan informasi, menemukan hubungan keterkaitan baru, sampai pada titik menemukan bentuk pemikiran baru dalam menghadapi suatu masalah untuk kemudian menyampaikan hasil pemikiran tersebut.

Definisi yang berfokus pada produk kreatif merupakan kemampuan seseorang dalam menghasilkan sesuatu yang baru, orisinal dan bermakna bagi individu dan lingkungannya. Produk baru yang dimaksud bukan berarti keseluruhan komponen produk tersebut harus baru, namun dapat juga berupa penggabungan dari unsur-unsur lama atau yang sudah pernah ada untuk kemudian dibuat menjadi sesuatu yang baru dan lebih bernilai dalam memenuhi kebutuhan individu dan lingkungan.

Definisi dan pendekatan terhadap kreativitas yang keempat adalah penekanan pada faktor "*press*" atau dorongan. Dorongan dibagi menjadi dua bagian yaitu dorongan internal berupa motivasi dan dorongan eksternal yang berasal dari lingkungan sosial atau psikologi. Mengenai dorongan eksternal, ada lingkungan sosial yang secara terbuka memberikan dukungan dan kemudahan untuk menampilkan tindakan kreatif, tetapi ada juga lingkungan yang kurang menghargai imajinasi maupun tindakan kreatif yang dimunculkan. Untuk itu perlu dibentuk lingkungan yang mendukung berkembangnya kreativitas.

Berdasarkan uraian definisi kreatif yang berfokus pada empat P, bahwa ke empat P tersebut saling berkaitan: unsur kreatif yang melibatkan diri dalam proses kreatif, dan kemudian didukung oleh dorongan (*press*) dari lingkungan akan menghasilkan produk kreatif. Menurut Rahmawati, Y. & Kurniati, E. (2011: 14) Kreativitas merupakan suatu proses mental individu yang melahirkan gagasan, proses, metode ataupun produk baru yang efektif yang bersifat imajinatif, estetis, fleksibel, integritas, suksesi, diskontinuitas, dan diferensiasi yang berdaya guna dalam berbagai bidang untuk pemecahan suatu masalah. Menurut Riyanti, B.P.D.

(2019: 12) kreativitas merupakan sebuah sifat, kemampuan, proses berkreasi, pertimbangan-pertimbangan yang mempengaruhi perilaku dan menghasilkan kebaruan. Sedangkan menurut Suryana, Y. & Bayu, K. (2011: 210) kreativitas merupakan sekumpulan ide baik berupa pengetahuan maupun pengalaman yang berada dalam pikiran manusia yang kemudian digabungkan menjadi sesuatu hal yang sifatnya kreatif yang berguna baik pada dirinya maupun orang lain atau organisasi dalam situasi atau kondisi yang tidak menentu.

Menurut Guilford dalam Coon, D (1980: 240), *creative thinking involves all these styles of thought (in varying combinations) plus fluency, flexibility, and originality* yang berarti berpikir kreatif melibatkan semua gaya berpikir (dalam berbagai kombinasi) ditambah kelancaran, fleksibilitas, dan orisinalitas. Kelancaran disini didefinisikan sebagai total saran atau ide yang dapat diutarakan atau dikemukakan oleh seseorang. Fleksibilitas didefinisikan sebagai berapa kali seseorang dapat mengubah dan menambahi dari satu aspek kegunaan ke kegunaan lain. Orisinalitas mengacu pada seberapa uniknya saran dan ide yang seseorang kemukakan. Secara umum dapat disimpulkan bahwa kreativitas seseorang dapat dinilai dari kemampuan dalam berpikir dan mengemukakan ide berbeda (lain dari yang lain).

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan produk baru berupa ide atau pemikiran pribadi maupun membuat kombinasi dari sesuatu yang sudah ada menjadi lebih bernilai, melalui proses mengamati, menduga, menilai, dan menguji hasilnya. Hasil dari kreativitas ini dapat berupa gagasan atau karya nyata berupa

produk yang dapat diterima lingkungan. Untuk mewujudkan kreativitas perlu adanya dorongan baik internal (motivasi) maupun eksternal seperti lingkungan yang akan mendukung berkembangnya kreativitas.

#### b. Ciri-ciri Kreativitas

Menurut Buzan, T. (2013: 94) ciri-ciri atau pemikiran kreatif ada tiga yaitu: (1) kefasihan atau kelancaran, yaitu seberapa cepat dan mudah anda melepaskan ide-ide baru yang kreatif, (2) fleksibilitas, yaitu kemampuan anda melihat sesuatu dari sudut pandang lain, (3) orisinalitas, yaitu inti dari semua pemikiran kreatif, dan mewakili kemampuan Anda menghasilkan ide-ide yang unik, tidak biasa, “eksentrik” (yang secara harfiah berarti menjauh dari pusat).

Adapun ciri-ciri pribadi kreatif menurut Sitepu. (2019: 20) memiliki lima ciri kognitif, yaitu kemampuan berpikir secara lancar (*fluency*), berpikir luwes (*flexibility*), orisinalitas (*originality*), kemampuan menilai (*evaluation*) dan kemampuan memperinci/mendalam (*elaboration*).

Berdasarkan berbagai macam pendapat mengenai ciri-ciri kreatif diatas, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri orang kreatif adalah seseorang yang memiliki imajinasi tinggi, banyak gagasan atau ide, suka bereksperimen dan percaya diri pada kemampuannya. Ciri-ciri kreatif dapat diperoleh siswa apabila siswa berada di lingkungan yang tepat untuk mengembangkan ide kreatifnya serta dididik dengan baik dan benar oleh orang tua dan guru.

#### c. Faktor Pendorong dan Penghambat Kreativitas

Kreativitas tidak serta merta muncul pada diri seseorang, perlu adanya rangsangan dan latihan secara rutin untuk dapat mengembangkan kreativitas.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong kreativitas pada anak baik internal maupun eksternal, namun selain faktor pendorong ada juga faktor yang dapat menghambat kreativitas anak. Faktor pendorong kreativitas menurut Hurlock, E.B. (2014: 11) adalah: (1) waktu, (2) kesempatan menyendiri, (3) dorongan, (4) sarana, (5) lingkungan yang merangsang, (6) cara mendidik anak, (7) kesempatan untuk memperoleh pengetahuan. Sedangkan Santoso, E.J. (2007: 174) menyebutkan faktor penghambat kreativitas, diantaranya: (1) dihantui rasa takut, (2) dibelenggu zona kenyamanan, (3) memiliki kemalasan mental, (4) fokus pada masalah bukan solusi.

Pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kreativitas dapat berkembang dengan baik di lingkungan yang mendukung, baik lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, maupun masyarakat. Hal ini dikarenakan lingkungan adalah tempat anak dapat mengembangkan kreativitasnya. Dukungan dan bantuan dari guru dan orang tua juga sangat penting guna meningkatkan perkembangan kreativitasnya.

## 2. Inovasi

### a. Pengertian Inovasi

Amabile dalam Riyanti, B.P.D. (2019: 76) berpendapat bahwa munculnya gagasan-gagasan baru disebut kreativitas, sedangkan penerapan gagasan baru disebut inovasi. Sutirna, H. (2018: 23) menyatakan bahwa inovasi adalah suatu ide, hal-hal yang praktis, metode, cara, barang-barang buatan manusia, yang diamati atau dirasakan sebagai suatu yang baru bagi seseorang atau kelompok orang (masyarakat). Sedangkan menurut Hutagalung & Hermawan, D. (2018: 26)

inovasi merupakan suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sebelumnya berupa hasil pemikiran dan ide yang dapat dikembangkan juga diimplementasikan agar dirasakan manfaatnya.

Berdasarkan pemaparan ahli di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah suatu proses dimana seseorang dapat mengubah suatu kesempatan menjadi peluang ide yang dapat dikembangkan dan diterima lingkungan. Sebuah inovasi lebih dari sekedar ide biasa, melainkan sebuah pemikiran kreatif yang dikembangkan menjadi gagasan yang berharga. Inovasi merupakan pencarian yang dilakukan dengan sepenuh hati melalui hasil pemikiran, riset, pengalaman, dan kerja yang disempurnakan.

#### b. Jenis Inovasi

Pada proses penerapan kemampuan berinovasi menurut Kuratko, D.F. (2009: 141), Inovasi terdiri dari empat jenis yaitu: penemuan, pengembangan, duplikasi, dan sintesis. Penemuan adalah hal baru yang belum diketahui orang lain. Pengembangan merupakan tahap lanjut dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya. Duplikasi merupakan penggandaan atau memperbanyak produk yang sudah ada. Sintesis merupakan penggabungan atau kombinasi konsep dan formula yang sudah ada.

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa jenis inovasi ada 4. Berikut penjelasannya:

- 1) Penemuan, merupakan sebuah kreasi suatu produk, jasa, maupun proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

- 2) Pengembangan, merupakan kelanjutan atau perbaikan dari penemuan, biasanya pengembangan dapat berupa suatu produk, jasa, maupun proses yang sudah ada. Konsep pengembangan ini cenderung mengaplikasikan sebuah ide pada produk atau jasa yang sudah ada dengan cara yang berbeda.
- 3) Duplikasi, merupakan kegiatan meniru pada suatu objek yang sudah ada sebelumnya. Meskipun duplikasi ini pada dasarnya adalah meniru, namun tidak semata meniru secara keseluruhan melainkan menambah beberapa sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep yang sudah ada dengan tujuan memenangkan persaingan (lebih unggul).
- 4) Sintesis, merupakan gabungan atau perpaduan sebuah konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses sintesis ini dilakukan dengan cara pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan untuk kemudian dibentuk dan diubah menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru. Contoh dari sintesis adalah pengembangan arloji oleh casio.

#### c. Sumber Inovasi

Suatu inovasi tidak serta merta muncul pada diri seseorang, maka dari itu perlu adanya sumber atau sarana yang dapat memunculkan ide inovasi tersebut. Salah satu sumber ide inovasi dapat dimunculkan dari kreativitas eksternal dan kreativitas internal. Kreativitas eksternal dapat dimunculkan dengan memanfaatkan rasa keingintahuan tentang perkembangan, ide, dan kekuatan baru yang sedang berlangsung disekitar seseorang, secara otomatis seseorang membangun sumber informasi dari berbagai hal tentang fakta kesan, citra dan

berbagai ide yang muncul. Hasilnya seseorang dapat memperoleh ide baru yang dapat dimanfaatkan olehnya. Kreativitas internal tanpa disadari akan muncul secara tiba-tiba saat seseorang sedang menggali kreativitas eksternalnya. Hal ini akan terjadi karena seseorang secara tidak sadar menggunakan pengalamannya sebagai sumber karena pengetahuan dapat diperoleh melalui belajar.

### 3. Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan

#### a. Produk Kreatif

Produk kreatif sangat berhubungan erat dengan unsur kreativitas pada diri seseorang. Setiawati, T. & Karpin (2018: 1) menyatakan bahwa “produk kreatif menekankan pada apa yang dihasilkan dari proses kreativitas adalah sesuatu yang baru, orisinal, dan bermakna”. Hal ini tentunya mengarah pada pengertian kreativitas itu sendiri dimana seseorang mampu melahirkan sesuatu yang baru berupa gagasan ide maupun karya nyata, baik dalam karya baru maupun kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.

Guna menghasilkan sebuah produk kreatif, siswa perlu memahami pokok-pokok materi yang diberikan guru. Berikut beberapa materi mengenai produk kreatif:

#### 1) Peluang Produk dan Jasa

Menurut Griffin, R. W. & Ebert, R.J. (2007: 328) produk adalah barang, jasa, atau gagasan yang dipasarkan untuk mengisi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa produk dapat menjadi peluang usaha berupa barang atau jasa yang kemudian dipasarkan atau diperjualkan ke konsumen. Sebuah usaha tidak lepas dari adanya



unsur penjualan dan marketing produk, keduanya memiliki arti yang berbeda. Penjualan adalah bagian dari sebuah marketing dalam dimensi taktik. Seperti disebutkan oleh Setiawati, T. & Karpin (2018: 2) bahwa nama lain dari marketing adalah *grand theory* dimana berbagai kajian didalamnya termasuk strategi produksi. Strategi produk merupakan hal yang penting dalam lingkup marketing.

Jadi, segala sesuatu yang berhubungan dan sesuai dengan marketing akan diserap oleh strategi produk. Sehingga marketing berkontribusi pada strategi produk dalam hal perombakan produk, spesifikasi produk, penentuan target, dan cara memasarkan produk. Strategi produk terdiri dari beberapa tahapan: (1) penetapan harga, (2) pemberian merek produk, (3) strategi distribusi, (4) manajemen waktu.

## 2) Konsep desain/*prototype* produk

Irawan, A.P. (2017: 100) Konsep desain adalah kombinasi antara lisan, tulisan, dan atau bentuk *prototype* yang akan dilakukan perbaikan dan bagaimana pelanggan menunjukkan keuntungan dan kerugiannya. Pada sebuah produk diperlukan adanya kemasan yang menarik dan informatif agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Guna menghasilkan kemasan yang menarik diperlukan konsep desain. Setelah pengusaha membuat konsep desain produknya, langkah selanjutnya adalah menunjukkan pada orang lain mengenai desain tersebut. Lakukan secara berulang hingga banyak orang menyukai desain produk yang dibuat. Fase pengulangan ini berfungsi untuk menguji secara nyata sebelum mengaplikasikannya pada produk yang akan dipasarkan. Kemudian tanya secara langsung pada calon pelanggan, seberapa jauh calon pelanggan dapat menerima

produk tersebut. Berdasarkan *feedback* dari calon pelanggan akan diketahui hasil konkret mengenai desain kemasan yang disukai konsumen.

### 3) Tahapan produksi massal

Produksi massal merupakan kegiatan yang dilakukan secara serempak maupun bertahap sesuai dengan waktu yang dibutuhkan. Konsep dari produksi massal ini dapat diterapkan pada berbagai macam produk seperti dikatakan Setiawati, T. & Karpin (2018: 13) konsep produksi massal bisa diterapkan untuk berbagai jenis produk, dari cairan dan partikel-partikel ditangani dalam jumlah besar (seperti makanan, bahan bakar, bahan kimia, dan ditambang mineral) sampai bagian-bagian padat yang kecil-kecil (seperti pengencang) ke perakitan ke bagian-bagian kecil tersebut (seperti peralatan rumah tangga dan mobil). Sedangkan menurut Subagyo, Masruroh, N.A. & Bastian, I. (2018: 27) tahap produksi massal adalah tahap mengkonversi bahan baku menjadi produk yang telah di desain dalam tahap desain dan mengirimkannya kepada konsumen yang dituju. Produksi massal ini memiliki beberapa teknik seperti standar ukuran dan lini produksi. Namun, pengenalan mesin alat-alat dan teknik mulai berkembang dan diperkenalkan pada pertengahan abad ke-19 sehingga produksi massal dapat terlaksana dengan benar.

## b. Kewirausahaan

### 1) Pengertian Kewirausahaan

Mengenai pengertian kewirausahaan, telah banyak pakar yang mengemukakan pendapatnya berdasarkan sudut pandang masing-masing. Seperti Kasmir (2016: 21) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan suatu

kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan suatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Sedangkan menurut Maskan, M., Permatasari, I.R., & Utamaningsih, A. (2018: 17) kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produksi baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Kedua pendapat diatas tidak jauh berbeda yaitu untuk menciptakan sesuatu diperlukan sebuah kreativitas dan jiwa inovator yang tinggi, sehingga dapat menciptakan peluang baru agar lebih baik dari sebelumnya. Sedangkan Winarto dalam Suherman, E (2010: 7) menyebutkan bahwa: *Entrepreneurship* (kewirausahaan) adalah suatu proses melakukan sesuatu yang baru dan berbeda dengan tujuan menciptakan kemakmuran bagi individu dan memberi nilai tambah pada masyarakat.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan sikap dan perilaku seseorang untuk menciptakan sesuatu dengan kreatif dan inovatif dengan tujuan meningkatkan nilai tambah pada masyarakat. Dengan demikian, setiap pelaku kewirausahaan atau wirausaha tentu memiliki nilai lebih dibandingkan dengan pelaku usaha atau pengusaha biasa.

## 2) Ciri-ciri Kewirausahaan

Hornaday dalam Suherman, E (2010:10) mengemukakan pendapatnya tentang ciri-ciri para entrepreneur yang berhasil sebagaimana tersusun dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Ciri-ciri Para Enterpreneur yang Berhasil

1.	Kepercayaan pada diri sendiri ( <i>self-confidence</i> )
2.	Penuh energi, dan bekerja dengan cermat ( <i>diligence</i> )
3.	Kemampuan untuk menerima resiko yang diperhitungkan
4.	Memiliki kreativitas
5.	Memiliki fleksibilitas
6.	Memiliki reaksi positif terhadap tantangan yang dihadapi
7.	Memiliki jiwa dinamis dan kepemimpinan
8.	Memiliki kemampuan untuk bergaul dengan orang-orang
9.	Memiliki kepekaan untuk menerima saran-saran
10.	Memiliki kepekaan terhadap kritik yang dilontarkan terhadapnya
11.	Memiliki pengetahuan (memahami) pasar
12.	Ulet dan memiliki kebulatan tekad untuk mencapai sasaran ( <i>perseverance, determination</i> )
13.	Memiliki banyak akal ( <i>resourcefulness</i> )
14.	Memiliki rangsangan atau kebutuhan akan prestasi
15.	Memiliki inisiatif
16.	Memiliki kemampuan untuk berdiri sendiri ( <i>independent</i> )
17.	Memiliki pandangan tentang masa yang akan datang ( <i>foresight</i> )
18.	Berorientasi pada laba
19.	Memiliki sifat perseptif ( <i>perceptiveness</i> )
20.	Memiliki jiwa optimisme
21.	Memiliki keluwesan
22.	Memiliki pengetahuan/pemahaman tentang produk dan teknologi

Sumber: Suherman, E. (2010: 10)

Berdasarkan ciri-ciri diatas diketahui bahwa salah satu karakteristik seorang wirausaha adalah kreativitas. Sehingga, seorang wirausaha pastilah merupakan orang yang kreatif. Dengan demikian, kewirausahaan dapat diartikan sebagai sifat kreatif yang dimiliki seseorang untuk melakukan kegiatan di lingkungannya. Karena sebuah kreativitas tidak muncul begitu saja, melainkan perlu adanya suatu proses.

c. Kreativitas dan Inovasi dalam Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan

Seorang wirausahawan adalah orang yang pandai dan berbakat dalam mengenali produk, menemukan atau menciptakan produk baru dan cara baru. Proses menemukan dan menciptakan produk baru dan cara baru merupakan bagian dari kreativitas seseorang yang menuntut keuletan dan daya cipta yang tinggi untuk melahirkan ide-ide dan mencari peluang bagi pengembangan ide tersebut. Selain kreativitas, inovasi juga diperlukan supaya produk yang ada dapat terus bersaing dan terus diminati konsumen.

Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan mendorong siswa untuk dapat memunculkan unsur kreativitas dan inovasi dalam dirinya. Hal ini dimunculkan pada setiap proses pembelajaran sesuai dengan KIKD pada kurikulum 2013. Pada tiap poin dalam KD Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan, siswa diajarkan untuk dapat berpikir kreatif dalam menemukan maupun menciptakan ide-ide. Kemudian mewujudkan hasil rancangan ide-ide tersebut berupa kreativitas masing-masing produknya dan selanjutnya diharapkan dapat menginovasi produknya dengan baik. Berikut langkah-langkah kreativitas dan inovasi yang dimunculkan sesuai dengan KIKD mata pelajaran:

- 1) Kreativitas meliputi aspek kelancaran, keluwesan dan keaslian/*originality* dimana siswa mudah dalam menemukan dan menentukan berbagai macam ide kreatif berupa analisis peluang usaha produk barang/jasa (KD 3.2), analisis konsep desain (KD 3.4), dan menentukan media promosi untuk pemasaran produk (KD 3.17). Setelah siswa dapat memunculkan ide-ide, tahap

selanjutnya adalah keluwesan atau fleksibel dalam mengkreasikan/menambahi ide kreatif pada serangkaian rancangan produk barang/jasa. Tahap akhir dari proses kreativitas adalah keaslian/*originality* dimana siswa mampu mempertanggungjawabkan hasil ide kreatifnya pada KD (3.19).

2) Inovasi meliputi penemuan, pengembangan, duplikasi, dan sintesis. Tahap pertama masing-masing kelompok diminta berdiskusi dan menentukan peluang usaha produk barang/jasa (KD 4.2) kemudian membuat desain dan kemasan produk barang/jasa (KD 4.4). Tahap kedua masing-masing kelompok melakukan uji coba pada desain produk (4.9), uji coba produk barang/jasa (4.14), dan membuat media promosi berdasarkan segmentasi pasar (4.17). Tahap ketiga masing-masing kelompok menambah setuhan atau melakukan perbaikan guna menyempurnakan hasil produk (4.15). Tahap akhir dari inovasi adalah mengaplikasikan hasil produk dengan cara memasarkannya (4.18).

Mengacu pada KIKD 2013 revisi yang telah dijabarkan terdapat tiga hal pokok pembelajaran pada Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan yang mengandung unsur kreativitas dan inovasi yaitu memunculkan ide kreatif usaha produk barang/jasa dalam hal ini berupa resep produk, kemasan, dan media promosi untuk pemasaran produk. Siswa diharapkan mampu membuat perencanaan dan melakukan uji coba pada resep produk hingga resep produk dapat digunakan, membuat/merancang dan menguji coba desain/*prototype* kemasan produk hingga kemasan siap digunakan, menguji kelayakan produk dan kemasan sebelum dipasarkan, membuat media promosi berdasarkan segmentasi

pasar dan melakukan pemasaran pada tahap akhir. Berikut adalah ulasan materi produk kreatif dan kewirausahaan pada di kurikulum 2013 yang telah direvisi:

Tabel 2. Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar  
Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan

KELAS XI

KOMPETENSI DASAR	KOMPETENSI DASAR
3.1 Memahami sikap dan perilaku wirausahawan	4.1 Mempresentasikan sikap dan perilaku wirausahawan
3.2 Menganalisis peluang usaha produk barang/jasa	4.2 Menentukan peluang usaha produk barang/jasa
3.3 Memahami hak atas kekayaan intelektual	4.3 Mepresentasikan hak atas kekayaan intelektual
3.4 Menganalisis konsep desain/prototype dan kemasan produk barang/jasa	4.4 Membuat desain/ prototype dan kemasan produk barang/jasa
3.5 Menganalisis proses kerja pembuatan prototype produk barang/jasa	4.5 Membuat alur dan proses kerja pembuatan prototype produk barang/jasa
3.6 Menganalisis lembar kerja /gambar kerja untuk pembuatan prototype produk barang/jasa	4.6 Membuat lembar kerja /gambar kerja untuk pembuatan prototype produk barang/jasa
3.7 Menganalisis biaya produksi prototype produk barang/jasa	4.7 Menghitung biaya produksi prototype produk barang/jasa
3.8 Menerapkan proses kerja pembuatan prototype produk barang/jasa	4.8 Membuat prototype produk barang /jasa
3.9 Menentukan pengujian kesesuaian fungsi prototype produk barang/jasa	4.9 Menguji prototypeproduk barang/ jasa
3.10 Menganalisis perencanaan produksi massal	4.10 Membuat perencanaan produksi massal
3.11 Menentukan indikator keberhasilan tahapan produksi massal	4.11 Membuat indikator keberhasilan tahapan produksi missal
3.12 Menerapkan proses produksi massal	4.12 Melakukan produksi massal
3.13 Menerapkan metoda perakitan produk barang/jasa	4.13 Melakukan perakitanproduk barang/jasa
3.14 Menganalisis prosedur pengujian kesesuaian fungsi produk barang/jasa	4.14 Melakukan pengujian produk barang/jasa
3.15 Mengevaluasi kesesuaian hasil produk dengan rancangan	4.15 Melakukan pemeriksaan produk sesuai dengan kriteria kelayakan produk/standar operasional
3.16 Memahami paparan deskriptif, naratif, argumentatif, atau persuasif tentang produk/jasa	4.16 Menyusun paparan deskriptif, naratif, argumentatif, atau persuasif tentang produk/jasa
3.17 Menentukan media promosi	4.17 Membuat media promosi berdasarkan segmentasi pasar
3.18 Menyeleksi strategi pemasaran	4.18 Melakukan pemasaran
3.19 Menilai perkembangan usaha	4.19 Membuat bagan perkembangan usaha
3.20 Menentukan standard laporan keuangan	4.20 Membuat Laporan Keuangan

## **B. Hasil Penelitian yang Relevan**

1. Penelitian yang dilakukan Ika Humaeroh (2016) dengan judul “Analisis Kemampuan Berpikir Kreatif Siswa Pada Materi Elektrokimia Melalui Model *Open-Ended Problems*”. Dari hasil penelitian ini diperoleh data berupa hasil observasi pada saat pembelajaran dan tes untuk mengetahui kemampuan berpikir kreatif pada aspek *fluency*, *flexibility*, dan *originality*, serta data hasil wawancara sebagai data pendukung. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut :
  - a. Pencapaian rata-rata aspek *fluency* yang muncul selama pembelajaran berlangsung sebesar 68,62% yang termasuk pada kategori baik, sementara aspek *flexibility* hanya mencapai 55% yang artinya cukup dan aspek *originality* mencapai 60,41% dengan kategori cukup.
  - b. Pencapaian rata-rata aspek *fluency* yang muncul dari hasil tes sebesar 63,30% yang berarti baik, sementara aspek *flexibility* hanya mencapai 54,34% yang berarti cukup dan aspek *originality* mencapai 48% yang berarti cukup.
  - c. Secara keseluruhan tingkat kemampuan berpikir kreatif dari 28 orang siswa adalah 3,57% mencapai kategori cukup, 60,71% mencapai kategori kurang dan 35,71% siswa mencapai kategori sangat kurang.
2. Penelitian yang dilakukan Sekar, D.K.S., Ketut Pudjawan, K. & Margunayasa, I.Gd dengan dengan judul “Analisis Kemampuan Berpikir Kreatif Dalam Pembelajaran Ipa Pada Siswa Kelas IV di SD Negeri 2 Pemaron Kecamatan Buleleng”. Dari hasil penelitian ini diperoleh data berupa Tes kemampuan berpikir kreatif IPA yang diberikan kepada peserta



didik kelas IV yang ada di SD Negeri 2 Pamaran. Dari 30 peserta didik yang ada di SD Negeri 2 Pamaran, nilai tertinggi yang diperoleh adalah 100 dan nilai terendah yang diperoleh adalah 60. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Nilai yang diperoleh peserta didik cenderung bervariasi. Nilai tertinggi yang berkisar antara 97-102 diperoleh sekitar 4 orang peserta didik, sedangkan nilai terendah yang berkisar 60 – 65 diperoleh sekitar 5 orang. Kemampuan berpikir kreatif dalam penelitian ini dinilai dengan menggunakan 4 indikator, yaitu 1) Berpikir lancar, 2) Berpikir Luwes, 3) Berpikir Orisinil, 4) Elaboratif.
  - b. Indikator berpikir lancar, berpikir luwes, berpikir orisinil, dan berpikir elaboratif sama-sama memiliki kategori yang tinggi dengan jumlah presentase tertinggi pada indikator berpikir orisinil 84,17%, berpikir lancar 83,33%, berpikir elaboratif 79,17% dan yang terakhir berpikir luwes 77,08%.
3. Penelitian yang dilakukan Hernawan, A.B. (2013) dengan judul “Pengaruh Partisipasi Kegiatan Organisasi Siswa Intra Sekolah dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kreativitas Belajar Siswa Kelas X Kompetensi Keahlian TITL SMK N 2 Pengasih”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh partisipasi kegiatan organisasi siswa intra sekolah dan kecerdasan emosional terhadap kreativitas belajar siswa. Terdapat kesamaan dalam metode penelitian yaitu penelitian korelasional dengan pendekatan ex-post facto. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

- a. Terdapat pengaruh positif antara partisipasi kegiatan Organisasi Siswa Intra Sekolah terhadap kreativitas belajar siswa, didapatkan nilai koefisien korelasi 0,474 dengan kontribusi yang diberikan sebesar 22,4%.
- b. Terdapat pengaruh positif antara kecerdasan emosional terhadap kreativitas belajar siswa, didapatkan nilai koefisien korelasi 0,776 dengan kontribusi yang diberikan sebesar 60,1%.
- c. Terdapat pengaruh positif antara partisipasi kegiatan Organisasi Siswa Intra Sekolah dan kecerdasan emosional terhadap kreativitas belajar siswa, didapatkan nilai koefisien korelasi 0,783 dengan kontribusi yang diberikan sebesar 61,3%.

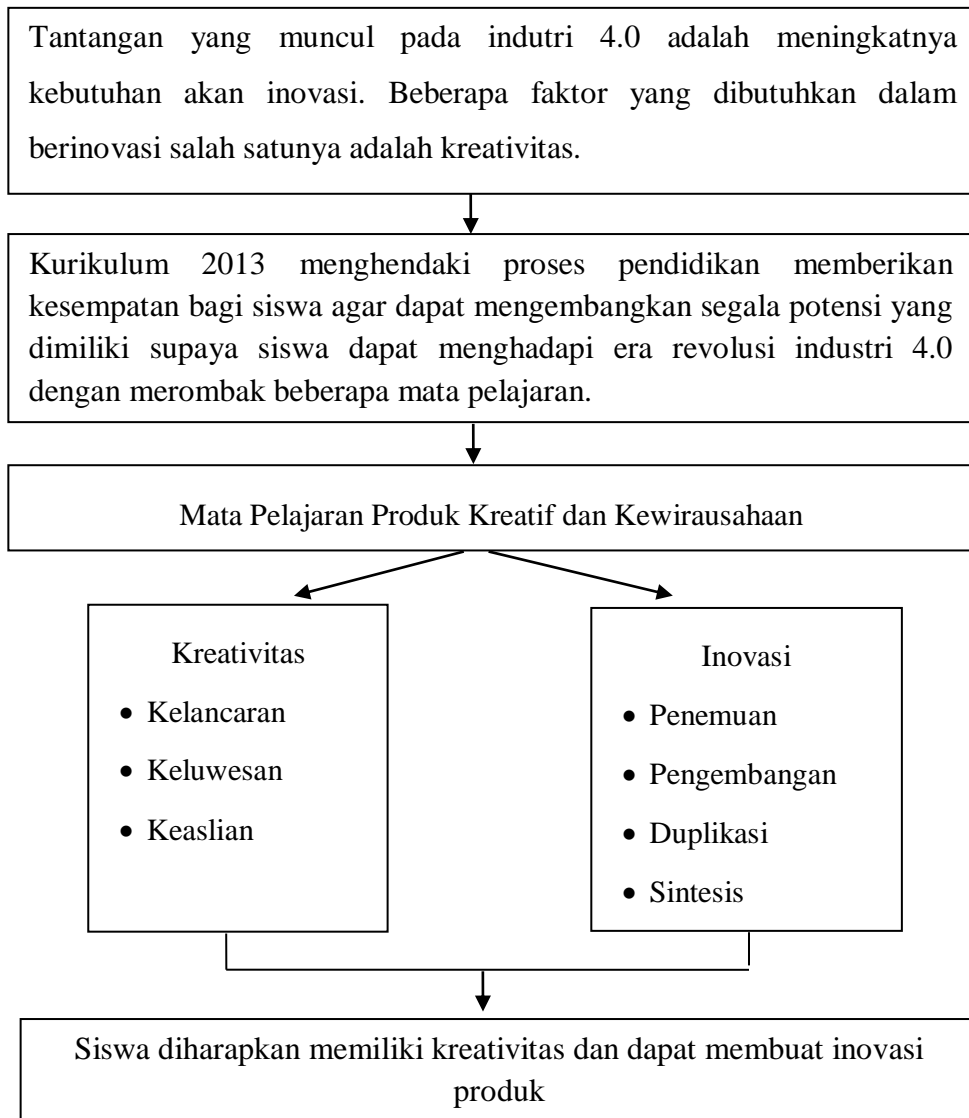
### **C. Kerangka Pikir**

Kreativitas dan inovasi merupakan unsur yang ditekankan pada kurikulum 2013 yang seharusnya muncul pada setiap pembelajaran produktif yang diajarkan. Kurikulum 2013 yang telah direvisi lebih memfokuskan unsur kreativitas dan inovasi pada Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan. Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan adalah kumpulan bahan kajian dan pembelajaran yang mempelajari tentang bagaimana siswa dilatih agar dapat menumbuhkan kreatifitas dan inovasi dalam dirinya secara maksimal. Unsur kreativitas dan inovasi yang terdapat pada Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan secara tidak langsung akan berpengaruh bagi siswa. Melalui Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan siswa akan diajarkan sejak dini pada dunia kewirausahaan dengan cara menumbuhkan pemikiran kreatif dan inovatif pada diri masing-masing siswa, sehingga produk yang dihasilkan akan berbeda

dan lebih inovatif. Ide-ide kreatif dan inovatif yang dimunculkan siswa, siswa akan terlatih untuk dapat menghadapi era revolusi industri 4.0 yang menuntut adanya kreativitas dan inovasi pada diri seseorang.

Unsur kreativitas dibagi kedalam tiga aspek yaitu kelancaran, keluwesan, dan keaslian. Inovasi dibagi menjadi empat aspek yaitu penemuan, pengembangan, duplikasi dan sintesis. Dari aspek-aspek yang ada, siswa diharapkan mampu memahami dan mengerti maksud serta tujuan dari aspek kreativitas dan inovasi tersebut, sehingga siswa dapat dengan mudah dalam menemukan dan mengubah/mengkreasikan/menambahi ide-ide resep produk, kemasan produk, dan metode pemasaran produk yang akan digunakan. Selanjutnya siswa dapat menentukan hasil dari ide-ide yang akan direalisasikan/diwujudkan secara nyata yang kemudian akan dilanjutkan pada tahap berikutnya yaitu inovasi. Pada tahap inovasi, siswa wajib mendiskusikan hasil resep, rancangan kemasan, dan metode pemasaran yang akan digunakan dalam tim. Kemudian menguji coba kelayakan dan menambahi/mengkreasikan hasil sebelum diaplikasikan dan dipasarkan pada konsumen. Serangkaian kegiatan ini dimaksudkan untuk menguji *skill* kewirausahaan yang telah diajarkan guru pada Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan. Walaupun guru pengampu sudah mengajarkan berbagai macam materi secara teori maupun praktek, tidak semua siswa dapat dengan mudah mengaplikasikan pemikiran kreatif dan inovasi yang ada pada diri mereka, sehingga perlu adanya evaluasi untuk mengetahui bagaimana ide-ide kreatif yang dimunculkan siswa pada saat mengikuti pembelajaran dan aspek apa yang membuat siswa mengalami kesulitan

untuk memunculkan ide kreatif dan inovasinya. Kerangka berpikir penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir

#### **D. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan deskripsi teori dan kerangka berpikir di atas, maka pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kreativitas siswa kelas XI Kompetensi Keahlian Tata Boga pada Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan SMKN 1 Kalasan?
2. Bagaimana inovasi siswa kelas XI Kompetensi Keahlian Tata Boga pada Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan SMKN 1 Kalasan?