
SUMBER DAYA MANUSIA GLOBAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI YANG KREATIF DAN INOVATIF

Oleh :
Iswibowo Mardyantoro

ABSTRACT

Innovated not only to be basic part from behavior; even opportunity for creative and innovative at work is central for prosperity. In globalization, human resource claimed for creative and innovative that be able to compete in global market. Chartered investment counsel resource having potency in nation culture plenty can be strived to be economic value. Progress can be yielded by interaction with outside party, this thing happened in process of globalization to exploit technological progress and economic valuable information passed creativity and innovative.

Keywords: *Global Human Resource, Creative and Innovative*

Pendahuluan

Sekarang ini masyarakat dunia termasuk Indonesia, sedang masuk dalam era globalisasi. Menurut waktu, dalam lima tahun belakangan ini, sering mendengar kata "Globalisasi" baik itu dalam media massa ataupun melalui percakapan sehari-hari. Singkatnya kata "Globalisasi" sepertinya sudah menjadi milik umum meski entah berapa persen dari masyarakat yang betul-betul memahami pengertian dari globalisasi itu sendiri. Fenomena khusus dalam peradaban manusia yang bergerak terus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia global. Kehadiran teknologi informasi dan teknologi komunikasi mempercepat akselerasi proses globalisasi ini. Seluruh aspek penting kehidupan yang menciptakan berbagai tantangan dan permasalahan baru yang harus dijawab, dipecahkan dalam upaya memanfaatkan globalisasi untuk kepentingan kehidupan. Wacana globalisasi sebagai sebuah proses ditandai dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga

mampu mengubah dunia secara mendasar. Globalisasi sering diperbincangkan oleh banyak orang, mulai dari para pakar ekonomi, sampai penjual ikan. Dalam kata globalisasi tersebut mengandung suatu pengertian akan hilangnya satu situasi dimana berbagai pergerakan barang dan jasa antara negara di seluruh dunia dapat bergerak bebas dan terbuka dalam perdagangan. Terbukanya satu negara terhadap negara lain yang masuk bukan hanya barang dan jasa, tetapi juga teknologi, pola konsumsi, pendidikan, nilai budaya dan lain-lain.

Konsep globalisasi, mengacu pada penyempitan dunia secara insentif dan peningkatan kesadaran akan dunia, yaitu semakin meningkatnya koneksi global dan pemahaman akan koneksi tersebut. Di sini penyempitan dunia dapat dipahami dalam institusi modernitas dan intensifikasi kesadaran dunia dapat dipersepsikan refleksif dengan lebih baik secara budaya. Banyak penafsiran dari berbagai sudut pandang; sebagian orang menafsirkan globalisasi sebagai proses pengecilan

dunia atau menjadikan dunia sebagaimana layaknya sebuah perkampungan kecil. Sebagian lainnya menyebutkan bahwa globalisasi adalah upaya penyatuan masyarakat dunia dari sisi gaya hidup, orientasi, dan budaya.

Globalisasi dan Budaya dalam Perspektif Ekonomi

Keunggulan bersaing melalui sumber daya manusia berkenaan dengan kemampuan suatu organisasi dalam merumuskan strategi untuk mengeksploitasi peluang yang menguntungkan, karena itu memaksimalkan pendapatan investasinya. Dua prinsip utama adalah nilai yang diterima pelanggan dan keunikan menggambarkan tingkat suatu bisnis memiliki keunggulan bersaing (Pandji Anoraga, 2007). Gaung globalisasi yang sudah mulai terasa sejak akhir abad ke-21, telah membuat masyarakat dunia, termasuk bangsa Indonesia harus bersiap-siap menerima kenyataan masuknya pengaruh luar terhadap seluruh aspek kehidupan bangsa. Salah satu aspek yang terpengaruh adalah kebudayaan. Bagi bangsa Indonesia aspek kebudayaan merupakan salah satu kekuatan bangsa yang memiliki kekayaan nilai yang beragam termasuk keseniannya. Kesenian rakyat, salah satu bagian dari kebudayaan bangsa Indonesia tidak luput dari pengaruh globalisasi.

Dalam kebudayaan dapat berkembang secara cepat; hal ini tentunya dipengaruhi oleh adanya kecepatan dan kemudahan dalam memperoleh akses komunikasi dan berita namun hal ini justru menjadi bumerang tersendiri dan menjadi suatu masalah yang paling krusial atau penting dalam globalisasi yaitu kenyataan bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dikuasai oleh negara-negara maju,

bukan negara-negara berkembang seperti Indonesia. Mereka yang memiliki dan mampu menggerakkan komunikasi internasional justru negara-negara maju. Akibatnya negara-negara berkembang, seperti Indonesia selalu khawatir akan tertinggal dalam arus globalisasi di berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial, budaya, termasuk kesenian.

Kebudayaan dalam setiap bangsa cenderung berpengaruh kepada globalisasi dan menjadi peradaban dunia sehingga melibatkan manusia secara menyeluruh. Simon Kemoni, sosiolog asal Kenya menyatakan bahwa globalisasi dalam bentuk yang alami akan meninggalkan berbagai budaya dan nilai-nilai budaya. Dalam proses alami ini, setiap bangsa akan berusaha menyesuaikan budaya mereka dengan perkembangan baru sehingga mereka dapat melanjutkan kehidupan dan menghindari kehancuran. Tetapi menurut Simon Kimoni, dalam proses ini negara-negara dunia ketiga harus memperkokoh dimensi budaya mereka dan memelihara struktur nilai-nilainya agar tidak dieliminasi oleh budaya asing. Dalam rangka ini, berbagai bangsa dunia ketiga haruslah mendapat informasi ilmiah yang bermanfaat dan menambah pengalaman mereka.

Terkait dengan seni dan budaya, seorang penulis asal Kenya bernama Ngugi Wa Thiong'o menyebutkan bahwa perilaku dunia Barat, khususnya Amerika seolah-olah sedang melemparkan 'bom budaya' terhadap rakyat dunia. Mereka berusaha untuk menghancurkan tradisi dan bahasa pribumi sehingga bangsa-bangsa tersebut kebingungan dalam upaya mencari identitas budaya nasionalnya. Penulis Kenya ini menyakini bahwa budaya asing yang berkuasa di berbagai bangsa yang dahulu dipaksakan lewat imperialisme,

kini dilakukan dalam bentuk yang lebih luas dengan nama globalisasi.

Globalisasi dalam Kebudayaan Tradisional di Indonesia

Proses saling mempengaruhi adalah gejala yang wajar dalam interaksi antar masyarakat. Melalui interaksi dengan berbagai masyarakat lain, bangsa Indonesia ataupun kelompok-kelompok masyarakat yang mendalami nusantara (sebelum Indonesia terbentuk) telah mengalami proses dipengaruhi dan mempengaruhi. Kemampuan berubah merupakan sifat yang penting dalam kebudayaan manusia. Tanpa itu kebudayaan tidak mampu menyesuaikan diri dengan keadaan yang senantiasa berubah. Perubahan yang terjadi saat ini berlangsung begitu cepat. Hanya dalam jangka waktu satu generasi banyak negara-negara berkembang telah berusaha melaksanakan perubahan kebudayaan, padahal di negara-negara maju perubahan demikian berlangsung selama beberapa generasi. Pada hakikatnya bangsa Indonesia, juga bangsa-bangsa lain berkembang karena adanya pengaruh-pengaruh luar.

Kemajuan bisa dihasilkan oleh interaksi dengan pihak luar, hal inilah yang terjadi dalam proses globalisasi. Oleh karena itu, globalisasi bukan hanya soal ekonomi namun juga terkait dengan masalah atau isu makna budaya dimana nilai dan makna yang terlekat di dalamnya masih tetap berarti. Terkait dengan kebudayaan, kebudayaan dapat diartikan sebagai nilai-nilai (*values*) yang dianut oleh masyarakat ataupun persepsi yang dimiliki oleh warga masyarakat terhadap berbagai hal. Atau kebudayaan juga dapat didefinisikan sebagai wujudnya yang mencakup gagasan atau ide, kelakuan dan hasil kelakuan, di mana hal-hal tersebut

terwujud dalam kesenian tradisional. Menurut McKinsey dalam Pandji Anoraga (2007) menyatakan bahwa dalam konfigurasi unsur-unsur organisasi merupakan sejumlah faktor penting yang telah muncul mencakup norma, keyakinan, nilai-nilai, standar, ritual, struktur, penghargaan, iklim, dan jenis interaksi yang dapat diharapkan dalam sebuah perusahaan. Oleh karena itu nilai-nilai maupun persepsi berkaitan dengan aspek-aspek kejiwaan atau psikologis, yaitu apa yang terdapat dalam alam pikiran. Aspek-aspek kejiwaan ini menjadi penting artinya apabila disadari, bahwa tingkah laku seseorang sangat dipengaruhi oleh apa yang ada dalam alam pikiran orang bersangkutan. Sebagai salah satu hasil pemikiran dan penemuan seseorang adalah kesenian, yang merupakan subsistem dari kebudayaan.

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang majemuk dalam berbagai hal, seperti anekaragaman budaya, lingkungan alam, dan wilayah geografisnya. Keanekaragaman masyarakat Indonesia ini dapat dicerminkan pula dalam berbagai ekspresi keseniannya. Dengan perkataan lain, dapat dikatakan pula bahwa berbagai kelompok masyarakat di Indonesia dapat mengembangkan keseniannya yang sangat khas melalui suatu kreatifitas yang unik dan inovatif. Keseniaan yang dikembangkannya itu menjadi model-model pengetahuan dalam masyarakat global.

Globalisasi: Persebaran Budaya Dunia

Globalisasi sebagai sebuah gejala tersebarnya nilai-nilai dan budaya tertentu ke seluruh dunia sehingga menjadi budaya dunia (*world culture*) telah terlihat semenjak lama. Cikal bakal

dari persebaran budaya dunia ini dapat ditelusuri dari perjalanan para penjelajah Eropa Barat ke berbagai tempat di dunia ini. Globalisasi secara intensif terjadi dengan berkembangnya teknologi komunikasi. Kontak budaya tidak perlu melalui kontak fisik karena kontak melalui media telah memungkinkan. Karena kontak ini tidak bersifat fisik dan individu, maka ia bersifat massal yang melibatkan sejumlah besar orang. Dalam prosesnya banyak warga masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi global tersebut dan dalam waktu yang bersamaan hal ini berarti banyak pula masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi global menjadi *exposed* terhadap informasi dan terkena dampak komunikasi tersebut. Karena itu, tidak mengherankan bila globalisasi berjalan dengan cepat dan massal, sejalan dengan berkembangnya teknologi komunikasi modern, mulai bermunculan portable radio, televisi, televisi satelit dan kemudian internet. Keunggulan media massa, baik cetak maupun elektronik adalah bahwa media tersebut mampu menyuguhkan gambar-gambar secara jelas dan terinci kepada para pemakainya.

Akibatnya, para pemakai media massa tersebut mengetahui apa yang terjadi di tempat lain dengan budaya yang berbeda dalam waktu yang singkat. Mereka dapat melihat dan mengetahui keunggulan-keunggulan budaya yang dimiliki masyarakat lain melalui media massa tersebut. Sikap yang dapat muncul dari sini adalah sikap yang memandang secara kritis apa yang mereka miliki dan bagaimana mengimbanginya dengan nilai-nilai budaya yang sudah mereka miliki itu termasuk sikap kritis dari bangsa Indonesia sendiri terhadap apa yang sudah mereka miliki.

Terkait dengan globalisasi, mitos yang hidup selama ini tentang globalisasi bahwa proses globalisasi akan membuat dunia seragam. Proses globalisasi akan menghapus identitas dan jati diri. Kebudayaan lokal atau etnis akan ditelan oleh kekuatan budaya besar atau kekuatan budaya global. Anggapan atau jalan pikiran di atas tersebut tidak sepenuhnya benar. Kemajuan teknologi komunikasi memang telah membuat batas-batas dan jarak menjadi hilang dan tak berguna.

John Naisbitt dalam bukunya yang berjudul *Global Paradox* memperlihatkan hal yang bersifat paradoks dari fenomena globalisasi. Dikemukakannya bahwa pokok-pokok pikiran, yaitu semakin kita menjadi universal, maka tindakan kita semakin menjadi kesukuan atau lebih berorientasi 'kesukuan' dan berfikir secara lokal namun bertindak global. Yang dimaksudkan Naisbitt di sini adalah bahwa kita harus berkonsentrasi kepada hal-hal yang bersifat etnis, yang hanya dimiliki oleh kelompok atau masyarakat itu sendiri sebagai modal pengembangan ke dunia internasional; dengan demikian berpikir lokal, bertindak global seperti yang dikemukakan di atas, dapat diletakkan dan diposisikan pada masalah-masalah kesenian di Indonesia sebagai kekuatan yang paling penting dalam era globalisasi ini.

Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja

Karyawan sering kali mempunyai ide-ide untuk memajukan tempat kerja mereka, pelaksanaan pekerjaan, proses-proses, produk-produk, dan jasa-jasa; sementara orang-orang di sekitar mereka cukup berpengaruh dalam mendorong atau menghambat

kreativitas. Sungguh organisasi dapat menciptakan suatu etos atau atmosfer di mana kreativitas dipelihara dan saran inovasi atau sebaliknya ditelantarkan tanpa dukungan yang memungkinkan adanya pertumbuhan.

Kreativitas adalah penyatuan pengetahuan dari berbagai bidang pengalaman yang berlainan untuk menghasilkan ide-ide yang baru dan lebih baik. Kreativitas tidak terbatas pada segelintir manusia tertentu; seniman, komponis, dan jenius sains. Salah satu bagian mendasar dari usaha manusia; pada dasarnya manusia kreatif dan dapat menciptakan pendekatan-pendekatan baru menuju berbagai masalah dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Menurut West (2000) mengatakan bahwa dalam kreativitas melibatkan penemuan konstan cara-cara yang baru dan lebih baik dalam mengerjakan berbagai hal; ini berarti menantang pendekatan-pendekatan tradisional yang sudah teruji dan mengatasi konflik serta perubahan yang mau tidak mau digerakkan olehnya. Hal ini berarti menemukan pola-pola makna melintasi berbagai bidang pengetahuan dan pengalaman.

Suatu definisi yang lebih ilmiah menyatakan bahwa kreativitas adalah suatu pertimbangan subjektivitas dan berkonteks spesifik mengenai kebaruan dan nilai suatu hasil dari perilaku individual atau kolektif (Ford dalam West, 2000). Definisi Ford mengisyaratkan bahwa untuk mendefinisikan sesuatu yang kreatif tergantung pada konteks di mana suatu ide, proses, produk, atau prosedur ditawarkan. Jadi apabila kepedulian karyawan terhadap kreativitas dalam suatu organisasi, maka ide-ide kreatif harus dinilai dalam konteks lingkungan organisasional. Apabila kepedulian

mereka adalah pada seni atau musik, maka pertimbangan sebaiknya dibuat oleh para ahli dalam khazanah-khazanah itu. Pada saat yang sama, Ford juga menyatakan bahwa kreativitas adalah pertimbangan subjektif mengenai kebaruan dan nilai, ia bukan sesuatu yang bisa secara objektif ditentukan. Kreativitas harus didefinisikan dari sudut pandang pertimbangan yang dibuat oleh orang-orang yang akrab dengan konteks atau profesi organisasional tertentu, dan bahwa kita juga harus menetapkan kreativitas dengan sejauhmana 'hakim-hakim' sependapat bahwa suatu ide baru dan secara potensial bermanfaat. Oleh karenanya kreativitasnya bukanlah sesuatu yang hidup dalam individu-individu, melainkan sesuatu yang dinilai atas dasar manifestasi luar dari ide-ide yang mereka hasilkan atau proses-proses yang diketengahkan dan bisa diamati oleh publik dalam arus globalisasi.

Kreativitas adalah pengembangan ide-ide baru, maka inovasi adalah proses penerapan ide-ide itu secara aktual ke dalam praktek. Tantangan terbesar bagi orang kreatif adalah membujuk orang-orang lain untuk menerima ide-ide tersebut di tempat kerja. Dengan demikian, tidaklah mengherankan jika inovasi telah bertahun-tahun membangkitkan banyak minat dan kegiatan riset di berbagai disiplin ilmu. Para sosiolog, psikolog, ekonom, pembuat kebijakan, manajer, dan ilmuwan organisasional telah berusaha keras untuk memahami faktor-faktor yang menentukan inovasi dalam organisasi dan juga untuk memahami inovasi yang dikelola.

Persaingan yang semakin sengit dalam pasar-pasar global menuntut agar organisasi berinovasi dan beradaptasi jika mereka ingin bertahan hidup dan

bersaing secara efektif dalam lingkungan. Inovasi adalah pengenalan cara-cara baru dan lebih baik dalam mengerjakan berbagai hal di tempat kerja. Definisi yang lebih kompleks atau psikologis mengenai inovasi merupakan pengenalan dan penerapan secara sengaja dalam suatu pekerjaan, tim kerja atau organisasi, dari ide-ide, proses-proses, produk-produk, atau prosedur-prosedur baru bagi pekerjaan, tim kerja, atau organisasi itu dengan tujuan menguntungkan pekerjaan, tim kerja, atau organisasi itu (West, 2000).

Pekerjaan para ekonom menunjukkan dengan jelas bahwa ada hubungan yang konsisten dan positif antara tingkat-tingkat inovasi perusahaan dan kinerja finansial. Kebanyakan para pengamat sekarang juga percaya bahwa jika perusahaan-perusahaan di sembarang sektor ingin tetap kompetitif, mereka harus mengembangkan strategi-strategi inovatif. Meskipun demikian, riset telah menunjukkan bahwa rentang inovasi dalam banyak organisasi itu rendah, kebanyakan inovasi berskala relatif kecil, tidak memberikan pengaruh besar kepada bisnis dan sering kali ada resistensi yang cukup kuat terhadap perubahan (Pillinger dalam West, 2000).

Ketika kurang percaya pada kemampuan sendiri, tantangan-tantangan menjadi ancaman dan

perubahan yang harus dihindari dan ditentang, bukannya disambut dengan baik. Kepercayaan diri yang rendah menghambat kreativitas. Salah satu alasan mengapa umat manusia menjadi spesies yang untuk sementara dominan di planet ini adalah karena daya kreatifnya luar biasa. Kapasitas untuk menyesuaikan diri dengan dan mengubah lingkungan hidup dengan cara yang selalu baru dan berbeda. Untuk menggunakan kreativitas di tempat kerja adalah penting untuk 'memiliki' kreativitas sendiri, mengenali berbagai bidang dalam kehidupan di mana kita kreatif dan yang terpenting percaya pada kemampuan kreatif yang kita miliki.

Penutup

Mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam organisasi berarti menerapkan suatu strategi proaktif dan terencana serta menggerakkan proses-proses kreativitas dan inovasi. Ini berarti menarik, mengembangkan, dan mendukung kreativitas orang-orang yang bekerja di dalam organisasi; juga berarti lebih mendorong konflik konstruktif dan keragaman pandangan dalam organisasi modern yang heterogen untuk menghasilkan bauran yang kaya dari perspektif yang membuahkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam tantangan global.

DAFTAR PUSTAKA

- Curry, Admund Jefrey. 2001. *Memahami Ekonomi Internasional*. Jakarta: Word Trade Press.
- Dewan Rahardjo. 2006. *Menuju Indonesia Sejahtera: solusi konkret pengetasan kemiskinan*. Jakarta: Khanata, Pustaka LP3ES Indonesia.
- Didik Rachbini. J. 2001. *Pembangunan Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Noer Soetrisno, Manggara Tambunan, Ubaidilah., dkk. *Ekonomi Kerakyatan dalam Kancah Globalisasi*. 2003. Jakarta: Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- Pandji Anoraga. 2007. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sri-Edi Swasono. 2005. *Ekspose Ekonomika*. Jakarta: Pusat Studi Ekonomi Pancalisa-UGM.
- Tulus Tambunan, TH. 2001. *Transformasi Ekonomi Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tulus Tambunan, TH. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- West, Michael A. 2000. *Developing Creativity in Organizations*. Yogyakarta: Kanisius.