

Creative Problem Solving Sebagai Media Pengembangan Makanan

(Studi kasus pada Mata Kuliah *Introduction to Culinary Business Environment* di *Culinary Business Department* Universitas Ciputra Surabaya)

Michael Ricky Sondak
Universitas Ciputra

Abstract

Introduction to Culinary Business Environment is a course that is based on a real project with real problems experienced by students. Students are expected to be able to understand and professionals of the food product, bakery & pastry terminology, preparation, seasoning and ingredients used, cooking methods and manner of presentation. Live Entertainment Project will be held by combining the comprehensive, synthesis and evaluation with an application to the project. Students are expected to have some successful indicators to be achieved and learning experiences. Classroom action research is used on this research. This research is about how to implement the creative problem solving methods by The Herrmann Model as a tool of developing a creative way of food.

Keywords: *Creative problem solving, Culinary, Live entertainment project.*

PENDAHULUAN

Introduction to Culinary Business Environment merupakan mata kuliah yang berbasis pada proyek yang sebenarnya yang dialami mahasiswa melalui penemuan masalah yang sebenarnya juga ditemukan di sekelilingnya. Mahasiswa akan mendapatkan teori mengenai kuliner dasar dan hubungannya dengan bisnis disekitarnya. Mahasiswa diharapkan untuk mampu memahami dan profesional terhadap pengolahan makanan, *pastry-bakery terminology*, persiapan, bumbu dan bahan yang digunakan, cara memasak dan cara penyajian. Mahasiswa juga dibekali oleh aspek manajemen yang diperlukan guna melihat dan menemukannya masalah.

Penggunaan ilmu mengenai pengetahuan dasar memasak yang berhubungan dengan lingkungan bisnis (tren bisnis yang ada) juga dipergunakan, selanjutnya diterapkan pada proyek yang sebenarnya (*project based teaching – learning*): yang berfokus pada topik seputar: makanan dan budaya, ilmu mengenai memasak termasuk di dalamnya tentang resep, peralatan, sanitasi dan lainnya. Melalui proyek *entrepreneurship* ini mahasiswa diharapkan:

1. Mengaplikasikan beberapa mata kuliah pada semester lainnya yaitu Psikologi Layanan, Pengantar Pariwisata dan Pemahaman Budaya ke dalam sebuah *live entertainment project*.

2. Mengaplikasikan makanan dan budaya serta ilmu mengenai memasak melalui *cooking demonstration*, dengan model ini diharapkan mahasiswa dapat aktif bertanya dan mengalami langsung apa yang diperagakan oleh dosen tamu.
3. Menerapkan pemikiran yang kreatif mengenai *how to sell your business ideas* sekaligus belajar membangun kerjasama dengan pihak lain baik itu sebagai penyelenggara kegiatan, mengundang dosen tamu, konsumen, produsen bahkan pihak sponsor.
4. Menciptakan nilai bisnis di bidang kuliner melalui berlatih bagaimana menjual *personal brand* termasuk bagaimana menjual ide bisnis dalam bentuk *live entertainment project*.

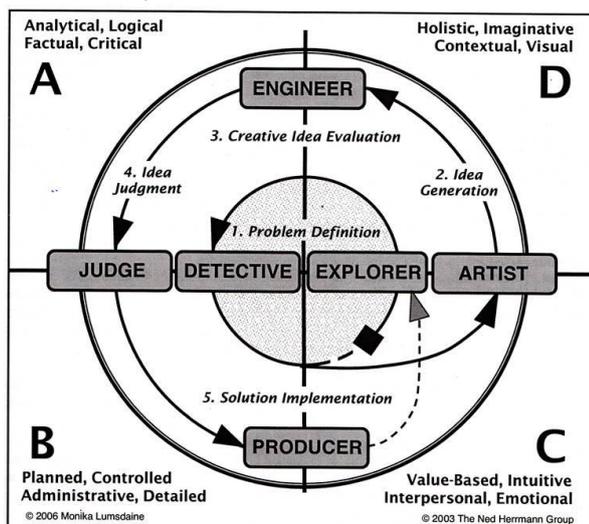
TINJAUAN PUSTAKA

Penjelasan Gambar 1 mengenai kuadran dan prosesnya menurut Lumsdaine dan Binks (2007: 43-44) adalah sebagai berikut:

1. Kuadran C: motivasi melalui pengalaman pribadi, berhadapan dengan konsumen sama halnya dengan prinsip serta nilai yang bersama-sama diyakini oleh kelompok.
2. Kudran D: visi dan konsep baru yang dibangun melalui *brainstorming*, metamorphosis, model dan perubahan ke arah yang baru.

3. Kuadran A: aliran informasi dan pengetahuan secara sistematis yang eksplisit melalui pengumpulan data, analisis, dokumentasi dan penyebarannya.
4. Kudran B: implementasi untuk memecahkan masalah dan mejalankannya secara baik yang melibatkan proses pembelajaran berdasarkan pengalaman, produk percontohan atau proses baru, serta terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan ilmu.

4. *Idea judgment*, pada tahap ini seluruh ide akan evaluasi secara kritis. Perlu ditetapkan ide dan solusi mana yang terbaik untuk dijalankan dengan bertindak sebagai seorang *judge* dan menggunakan kudran A dan B.
5. *Solution implementation*, pada tahap ini solusi akan diwujudkan sebagai aksi nyata dengan bertindak seperti seorang *producer* dan fokus menggunakan kuadran B sebagai perencanaannya dan kuadran C untuk mengkomunikasikan sebuah proyek yang dijalankan.



Gambar 1: *How Creative Problem Solving Relates to the Hermann Model*
 Sumber: Lumsdaine & Binks (2007: 43)

Beberapa tahap dalam melakukan *Creative Problem Solving* menurut Lumsdaine dan Binks (2007:44):

1. *Problem definition*, untuk mengetahui suatu permasalahan dan menangkap peluang, kita akan bertindak sebagai seorang *explorer* dengan menggunakan kuadran C dan D. Sementara untuk menemukan akar permasalahannya kita harus bertindak seperti seorang *detective* dengan menggunakan kuadran A dan B. Pada tahap ini diakhiri dengan definisi masalah (*problem definition statement*).
2. *Idea generation*, pada tahap ini digunakan *carabrainstorming* untuk memunculkan ide kreatif berdasarkan definisi masalah yang ditetapkan sebelumnya. Pada tahap ini kita akan bertindak sebagai seorang *artist* yang menggunakan kudran C dan D.
3. *Idea synthesis*, berdasarkan ide hasil *brainstorming* dirumuskanlah ide-ide tersebut dengan bertindak sebagai *engineer* dengan menggunakan kudran D dan A.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian *Classroom Action Research*. Menurut Hopkin (1993) *action research is a form of self-reflective inquiry undertaken by participants in a social (including educational) situation in order to improve the rationality and justice of (a) their own social or educational practices, (b) their understanding of these practices, and (c) the situations in which the practices are carried out.* *Action Research* atau Penelitian Tindakan adalah sebuah penelitian kajian diri yang ditujukan untuk perbaikan perilaku (kinerja) dan pemahaman tentang hakikat dan suasana pelaksanaan pekerjaan tersebut. Definisi ini kemudian dikaitkan dengan pengertian *Classroom Action Research* sebagai sebuah penelitian tindakan yang dilakukan oleh guru di kelas untuk memperbaiki perilaku dan praktek mengajar sekaligus meningkatkan pemahaman guru tentang hakikat perilaku mengajar. Cohen dan Manion (1985) menggambarkan beberapa ciri pokok *Classroom Action Research* diantaranya: (a) penelitian yang sangat situasional; (b) berhubungan dengan proses identifikasi dan penyelesaian masalah spesifik dan kontekstual; (c) diselenggarakan secara kolaboratif; dan (d) ditujukan untuk memperbaiki keadaan. Penelitian ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai proyek mahasiswa berbasis *entrepreneurship* dengan menggunakan makanan sebagai medianya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mahasiswa akan diarahkan untuk menjalankan peran sebagai *explorer, detective, artist, engineer judge* dan *producer*. Mahasiswa akan melakukan pengalaman belajar sebagai berikut:

1. *Collaboration Team*, mahasiswa membentuk sebuah kelompok dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu mahasiswa akan bekerja dalam tim, sebagai sebuah kelompok dimana masing-masing merupakan individu yang unik dan kreatif. Pemilihan nama atau *brand* dimaksudkan untuk menginspirasi dan sebagai kebanggaan dalam kelompok. *A cool company needs hot groups. The makings of a hot group: totally dedicated to the end result, a tight deadline, ... , was empowered to achieve the goal*(Kelley & Littman, 2001: 70-71). Hal ini dapat diartikan untuk sebuah kelompok yang hebat haruslah berisi orang yang berdedikasi untuk hasil akhir, selalu terikat pada jadwal dan target.... serta selalu termotivasi untuk mencapai tujuan. Hal ini juga senada dengan Fontana (2011: 126) yang mengatakan bahwa kelompok akan lebih kreatif daripada sekumpulan individu dan kelompok akan lebih kreatif bila tidak ada agenda tersembunyi.
2. *Local EduTrip*: proses ini dilakukan dengan metode belanja bersama-sama, pengenalan dan pengetahuan bahan serta melihat proses yang ada. Melalui cara ini mahasiswa akan menemukan sendiri mengenai ilmu memasak mulai dari bahan, proses memasak, peralatan dan perlengkapan yang digunakan dengan melihat langsung. Mahasiswa akan diminta untuk menyebutkan nama bahan sesuai kebutuhan resep sekaligus membandingkan bahan-bahan yang digunakan. Mahasiswa akan diminta pula untuk mencari referensi dari buku, jurnal atau internet mengenai bahan dan ilmu memasak. Proses ini sedikit berbeda dengan model lama dimana mahasiswa akan diberikan resep, kemudian diajarkan dulu teori memotong dan memasak baru kemudian dipraktikkan. Proses ini membawa mahasiswa langsung ke lapangan untuk mengalaminya sendiri bagaimana mengenali bahan bagaimana memilih bahan dan sebagainya. Proses turun ke lapangan merupakan proses untuk mempertajam intuisi dimana mahasiswa dapat sekaligus melakukan eksplorasi, observasi dan menemukan permasalahan yang terjadi di lapangan. Alwasilah (2009: 155) mengatakan bahwa lewat observasi, peneliti akan melihat sendiri pemahaman yang tidak terucap (*tacit understanding*), bagaimana teori digunakan langsung (*theory in use*) dan sudut pandang responden yang mungkin tidak terungkap lewat wawancara atau survei. Pada tahap ini mahasiswa mempraktekkan sebagai seorang *explorer* dan sekaligus menjadi seorang *detective*. Sebagai seorang *explorer*, mahasiswa akan memotivasi dirinya melalui pengalaman pribadi serta berhadapan dengan konsumen, selanjutnya mahasiswa menemukan model dan perubahan ke arah yang baru bahwa belajar mengalami sendiri akan lebih dicerna daripada sekedar mendapatkan teori, membaca serta mengingatnya tanpa mengalami sendiri.
3. *Cooking Demonstration Script*: pada tahap ini mahasiswa akan diminta untuk melihat, mengamati dan menganalisis proses memasak serta yang akan membawakan makanan tersebut. Sebuah sejarah tentang makanan akan tergambar jelas dari pertanyaan yang diajukan mahasiswa ketika demonstrasi memasak dilakukan. Ketika mencatat proses pembuatan suatu makanan yang dilengkapi dengan sejarah dan cerita dibaliknya, mahasiswa diarahkan untuk menuliskan sebuah *script* mengenai resep dan alur bagaimana suatu proses memasak serta proses penyajiannya menjadi sebuah makanan terjadi. Mengetahui lebih jauh mengenai yang memasak juga memberikan efek mahasiswa mengetahui mengapa *chef* tersebut memasak makanan tersebut, bagaimana *chef* tersebut belajar mengenai makanan tersebut, informasi dari mana yang diduplikasinya serta informasi lainnya. Pemberi informasi atau *chef* atau pihak lainnya sedang melakukan proses transfer pengetahuan dan ilmu yang dimilikinya. Proses menghasilkan suatu nilai dari aset intelektual dan pengetahuan ini akan melibatkan proses *sharing* atau proses membagi dengan cara menyampaikan atau mentransfer aset-aset berbasis pengetahuan (Fontana, 2011: 163). Pada proses kreativitas ini, mahasiswa akan menghasilkan sendiri *script* atau tulisan dalam bentuk resep, ulasan atau kritikan terhadap makanan. Nilai kreatif yang dihasilkan adalah gaya mahasiswa dalam menyajikan sebuah resep atau *script*

yang memiliki karakteristik tersendiri. Gaya pembahasan ala anak muda dengan pengulasan serta penjelasan yang sederhana akan menjadi nilai kreativitas tersendiri bagaimana mahasiswa dapat melakukan ulasan atau kritikan terhadap sebuah makanan.

4. *Idea Enrichment* dimana mahasiswa akan mengelaborasi seluruh informasi mengenai bahan, makanan, proses memasak, peralatan dan perlengkapan, sejarah, profil *chef* yang memasak dan lainnya untuk digabungkan guna memperkaya setiap mahasiswa dalam menerapkannya pada proyek akhir. Mahasiswa akan diminta untuk melakukan *brainstorming* mengenai semua hal yang telah diperoleh, termasuk mendiskusikan apa yang akan dicapai pada tahap berikutnya. Pada tahap ini mahasiswa memerankan sebagai seorang *artist* yang bertujuan agar mahasiswa mampu menuangkan ide (atau bisa jadi solusi) dari permasalahan yang ada, melalui sketsa atau grafik yang mudah dibaca. Hal ini dapat menjadi alternatif untuk mendapatkan banyak hal dan menjadi cara untuk memecahkan masalah.
5. *Develop Business Plan* dimana mahasiswa akan menghitung secara teliti dan cermat hal-hal yang diperlukan dalam melakukan suatu proyek. Perhitungan mengenai harga jual makanan serta bagaimana menjualnya menjadi daya tarik sendiri. Pada tahap ini mahasiswa berperan sebagai seorang *engineer* yang merumuskan beberapa hal untuk ditindaklanjuti ke dalam proyek. Dalam proses ini pula, peran mahasiswa akan dilatih menjadi seorang *judge* yang mampu memberikan kritikan pada ide teman-temannya terkait dengan rencana bisnis berupa proyek akhir. Dalam mengembangkan rencana bisnis ini, mahasiswa harus mampu melakukan inovasi yang tidak saja berarti kebaruan atau sesuatu yang baru, barang atau cara memasarkan yang baru, namun kebaruan itu perlu disertai dengan dampak positif bagi konsumen dan produsen, kebaruan itu harus menciptakan nilai tambah bagi produsen (Fontana, 2011:20). Sebuah rencana proyek yang dipikirkan secara kreatif akan terlahir dengan proses yang ada. Dalam

pengamatan peneliti, mahasiswa akan secara kreatif mengusulkan bagaimana suatu proyek dapat berjalan dengan cara yang berbeda, yaitu cara anak muda. Peneliti menemukan, bagaimana ide-ide segar tertuang dalam perencanaan proyek. Melalui *develop your business plan*, peneliti menemukan tujuan yang ingin dicapai yaitu mahasiswa mampu menuangkan proses berpikir yang dialami dalam media visual. Visualisasi perencanaan karya mahasiswa dalam bentuk 3D memungkinkan setiap anggota kelompok maupun mahasiswa kelompok lain dapat melihat proses berpikir.

6. *Live Entertainment Project* dimana mahasiswa akan mengeksekusi sebuah proyek *entrepreneurship* dengan kendaraan makanan dan *chef* yang akan mendemokannya. Pada proyek ini mahasiswa dituntut untuk menghadirkan suatu kegiatan yang unik dan berbeda. Ketika sampai pada tahap ini mahasiswa sudah memainkan perannya sebagai seorang *producer*. Mahasiswa akan diminta untuk menjual ide bisnisnya ke masyarakat atau komunitas yang ada. Pada tahap perencanaannya, mahasiswa akan dilatih dengan pemikiran *Don't Sell Me in Action* (Hall & Wecker, 2008: 241) sebagai berikut:
 - a. Yang dijual bukanlah makanan, melainkan menjual atraksi memasak dan kenyamanan,
 - b. Yang dijual bukanlah menu, melainkan sejarah mengenai makanannya,
 - c. Yang dijual bukanlah buku, melainkan konsep yang lebih besar lagi.

Pemikiran mengenai *Don't Sell Me in Action* ini mengajarkan mahasiswa untuk selalu antusias dan berpikir secara kreatif. Hal-hal yang sudah umum jika diulangi hanya akan menjadi umum pula dan tidak ada yang berbeda dengan yang sudah ada. Sebagai inovator yang kreatif, mereka dilihat sebagai orang yang menyimpang secara sosial. Mereka menyimpang karena memilih jalur yang berbeda dengan jalur yang dipilih oleh kebanyakan anggota masyarakat lainnya (Harefa dan Siadari, 2006: 13). Mahasiswa tidak hanya dikejar untuk mencapai omset tertentu namun lebih pada kemampuan untuk menerapkan *creative selling idea*.

Kemampuan berkreasi dan menerapkan *creative selling idea* lebih diutamakan. *Students are also asked not sell the beverage like common place but more about how to sell the color of the beverages, students are act as a warrior* (Oech, 2008:234). Ketika proyek atau kegiatan lain hanya menjual kursus masak seperti pada umumnya, peneliti melihat bahwa mahasiswa mampu menampilkan kursus masak ini sebagai sebuah *live entertainment project*. Mahasiswa mampu menggunakan pemikiran mengenai *Don't Sell Me in Action* dimana mahasiswa menawarkan ide kreatif ke masyarakat bahwa yang dijual bukan makanan melainkan atraksi memasaknya. Peneliti menemukan bagaimana mahasiswa

bukan menjual makanan ketika melakukan proyek ini, melainkan menjual *chef* atau pembicaranya, sementara makanan hanya menjadi media bagaimana *chef* yang dijual ini mampu menampilkan siapa dirinya. Jika *chef* yang dihadirkan adalah seorang penyanyi, maka proyek berupa *live entertainment project* ini akan menjual *singingchef* sebagai media utamanya, tentunya sambil diselingi bernyanyi, *chef* ini akan melakukan demonstrasi memasak kepada peserta yang hadir. Jika *chef* yang dihadirkan adalah seorang yang ahli dalam *French Cuisine*, maka proyek berupa *live entertainment project* ini akan menjual *chef* yang ahli dalam *French cuisine technique* ke dalam makanan Indonesia.

PENGEMBANGAN MAKANAN SECARA KREATIF

INDIKATOR	AKTIVITAS (PENGALAMAN) BELAJAR
<p>IMPLEMENTATION (Live Project Entertainment) Unique & Different! CREATIVE ENTERTAINING:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inviting Guests, 2. Menu Planning, 3. Style of Service, 4. Food Presentation, 5. Table Settings, 6. Seating Plans, 7. Table Centerpieces & Decoration, 8. Adding to the Total Look (Music, Lighting, Clothing & Accessories) 9. Items & Services to be Procedure, 10. Planning Work Schedules, 11. Etiquette for Service of Food & Beverages. 	<p><u>CREATIVE ENTERTAINING</u> <u>bertema “hearty + healthy” the Art of Culinary & Gastronomy Experience</u></p> <p>Pemotretan Live Demo: lay-out setting (by design)</p> <p>Pemotretan Creative Entertaining: Suasana, Interior – Decoration</p> <p>Menu Planning & Food Presentation</p> <p>Business Opportunity: Business Models Identifying SOP</p>

Gambar 2: Live Entertainment Project
Sumber: data diolah

Dalam prakteknya, pengembangan makanan baik tradisional maupun perpaduan tradisional dan makanan barat dapat dilakukan dengan metode yang unik dan berbeda. Pada Gambar 2, makanan dapat dijadikan indikator sekaligus aktivitas atau pengalaman belajar seorang mahasiswa. Bukan hanya ilmu atau pengetahuan tentang makanan dan budaya yang akan dipelajari namun sekaligus pula belajar mengenai

bisnis dan bagaimana memberikan nilai tambah pada sesuatu. Contoh yang dihadirkan pada Gambar 2 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Indikator

Mahasiswa mempelajari banyak hal sekaligus ketika *menerapkan Live Entertainment Project* ini, mulai dari mengundang tamu, merencanakan menu termasuk bahan dan sejarah yang terkandung di dalamnya, cara penyajian,

pengaturan meja, perencanaan meja dan kursi, dekorasi, tampilan dan suasana yang akan diciptakan, langkah-langkah pelayanan, penjadwalan anggota dan kerja serta teknis pelaksanaannya. Melalui makanan tradisional, mahasiswa dapat mengangkatnya menjadi suatu tampilan yang baru, menyegarkan, bisa diterima oleh anak muda dan pastinya tidak mengaburkan nilai dan estetika makanan serta budaya yang terkandung di dalamnya.



Gambar 3: *Live Entertaining Project – Pawon Ing Majapahit* (Sumber: data diolah)

Ketika menghadirkan makanan tradisional Majapahit, mahasiswa mampu menampilkan sejarah dibalik sebuah makanan Sego Paripurna yang terdiri dari beberapa unsur makanan, dengan menghadirkan demonstrasi memasak yang dikemas secara unik dan berbeda, penataan yang elegan dan bergaya anak muda serta diselingi dengan budaya wayang dan tarian yang bercerita tentang Kerajaan Majapahit pada jaman itu. Dihadirkan pula jajanan tradisional yang punya cerita masa lalu pada jaman tersebut yang saat ini sudah dikenal oleh masyarakat. Mahasiswa membungkus sebuah cerita tentang makanan dan budaya ke dalam sebuah tampilan proyek yang kreatif. Hal ini juga dilihat dari konsep simbol yang digunakan terhadap makanan. Dalam Kittler et al (2012:3) menyatakan bahwa manusia menggunakan makanan sebagai simbol

dalam mengartikan sebuah hubungan, asosiasi dan konvensi. Simbol inilah yang digunakan oleh mahasiswa untuk mengartikan Sego Paripurna sebagai bagian dari sejarah sekaligus sebagai suatu simbol nasi yang lengkap atau sempurna lauk pauknya. Dalam prasasti tidak dijelaskan apa saja lauk pauk yang disertakan pada Sego Paripurna atau Nasi Paripurna, kemungkinan yang dimaksudkan sejenis nasi tumpeng yang dikenal saat ini. Sego Paripurna sebagai salah satu makanan tradisional merupakan apresiasi makanan terhadap budaya yang ada. Makanan merupakan wujud dari kebudayaan manusia, karena dalam proses pengolahan bahan-bahan mentah sehingga menjadi makanan. Begitu pula dalam perwujudannya, cara penyajiannya dengan mengkonsumsinya sampai menjadi tradisi. Semua hal itu hanya mungkin terjadi karena adanya dukungan dan adanya hubungan yang saling terkait dengan berbagai aspek yang ada dalam kehidupan sosial dan dengan berbagai unsur kebudayaan yang ada dalam masyarakat tertentu. Makanan tradisional adalah makanan dan minuman, termasuk makanan jajanan serta bahan campuran atau ingredients yang digunakan secara tradisional dan telah lama berkembang secara spesifik di daerah atau masyarakat Indonesia (Nuraida dan Dewanti, 2001).

Dalam penelitian ini, sebelum mahasiswa mampu membungkus mengenai sejarah dibalik sebuah makanan Sego Paripurna, mahasiswa tetap dibekali dengan informasi berupa teori mengenai penguasaan bahan, makanan, cara penyajian, hingga aspek manajemen dalam mengatur waktu dan ritme kerja, seperti yang tertera dalam indikator pada Gambar 2. Mahasiswa juga mempelajari dulu bagaimana membuat Sego Paripurna yang benar, kemudian mencoba dan mempraktekkannya hingga menggali informasi mengenai budaya dan arti filosofis setiap unsur makanan yang terkandung dalam Sego Paripurna. Inovasi yang dilakukan mahasiswa dapat dilihat sebagai generator penciptaan dan perbaikan atau modifikasi nilai guna sehingga semakin baik dan bermanfaat.

2. Aktivitas atau Pengalaman Belajar

Mahasiswa juga mendapatkan pengalaman belajar ketika menyuguhkan demonstrasi memasak dengan menggunakan bahan-bahan tradisional Indonesia tetapi dengan menggunakan teknik memasak secara *French Cuisine*. Mahasiswa perlu memikirkan siapa target pasarnya, bagaimana memasarkannya, bagaimana menata restoran dengan suasana Perancis, menata makanan serta perlu pula memikirkan hal awalnya yaitu bagaimana mengontak pembicara dan hal administrasi lainnya, bagaimana pembelian bahan, bagaimana membuat S.O.P (*Standard Operating Procedures*) tentang berbagai hal hingga menyajikan ide bisnis unik yang siap dijual ke pasar. Banyak hal yang dipikirkan oleh mahasiswa di awalnya, mulai dengan mencari inspirasi, survei pasar hingga meniru secara kreatif yang bukan diartikan sebagai mencontek atau seperti memfotokopi namun meniru dengan menggali kebaikan-kebaikan yang ada pada yang ditiru untuk kemudian ditingkatkan lagi (Harefa dan Siadari, 2006: 66). Aktivitas belajar yang penting adalah bagaimana melakukan pemasaran atau menjual kegiatan ini kepada masyarakat. Pemasar disini bukan sekadar bagaimana mengkomunikasikan suatu produk baru namun juga meyakinkan sebanyak mungkin orang untuk menerima kehadiran bisnis baru yang dirintisnya sekaligus membuka bahkan menciptakan pasar bagi bisnis tersebut (Harefa dan Siadari, 2006: 127-128). Penciptaan ide bisnis baru bukan tidak mungkin bisa berkembang menjadi suatu bisnis yang menjanjikan yang bisa dilakukan oleh siapa saja dengan niat dan kemauan. Demonstrasi memasak bukan saja hanya melihat seseorang mendemokan memasak namun bagaimana mengemasnya menjadi lebih menarik dan bagaimana menjadikan makanan sebagai daya pikat untuk menjadi tujuan wisata ke depannya. Makanan tetap menjadi sarana penting dalam kaitan ini, namun bagaimana mengemas makanan ini menjadi lebih menarik dan memiliki nilai bisnis yang kuat, lebih diutamakan dalam pengamatan dan penelitian ini. Makanan

tetap dipelajari atau menjadi aktivitas belajar para mahasiswa, namun dalam penelitian pada mata kuliah ini. Mahasiswa diharapkan dapat menemukan model bisnis di bidang makanan dengan mempelajari sesuatu hal yang baru. Dalam penelitian ini dan ketika evaluasi dilakukan secara bersama, mahasiswa diminta untuk selalu belajar hal yang baru dan tidak cukup puas dengan apa yang sudah ada. Karena inovasi dan penciptaan nilai bersifat sosial dan kerap berinteraksi dengan lingkungan di mana individu dan produk berada, pengelolaan atau manajemen inovasi perlu memperhatikan pengalaman konsumen sebelum, selama dan setelah menggunakan produk (barang atau jasa) hasil inovasi (Fontana, 2011:29). Mahasiswa melakukan pengalaman nyata bagaimana memperhatikan pengalaman konsumen mulai dari merencanakan proyek, selama proyek berlangsung sampai pada evaluasi setelah proyek berlangsung. Mahasiswa secara langsung dapat selalu mempraktekkan *creative problem solving*, sebagai seorang pebisnis di bidang kuliner, untuk selalu melihat peluang, melalui masalah yang ada, menemukan ide baru hingga mampu mengimplementasikannya.

KESIMPULAN

Creative Problem Solving yang dikemukakan dalam The Herrmann Model dirancang untuk mahasiswa dapat mempersiapkan proses berpikir dan karakteristik, kegiatan, dan perilaku belajar, produk dan barang dalam proses belajar. Menggabungkan empat kuadran yang ada dengan berbagai peran yang terdapat di dalamnya akan menjadi pola perkuliahan yang ada untuk menciptakan kreativitas. Dengan model ini, menunjukkan bahwa pengembangan produk makanan dapat dilakukan mulai dari mendefinisikan masalah untuk dievaluasi secara kreatif ide-ide yang terlontar. Pengembangan makanan dapat terus dilakukan sebagai berikut:

1. Informasi mengenai makanan tradisional yang relevan harus menjadi dasar dalam menemukan kegiatan yang kreatif.
2. Informasi mengenai budaya dan sejarah mengenai suatu makanan tetap harus disajikan

- secara utuh tanpa mengurangi arti, makna dan budaya yang terkandung di dalamnya.
3. Pengembangan makanan dalam mendukung pengembangan pariwisata harus dilaksanakan dengan cara-cara yang kreatif dan berkelanjutan.
 4. Pengembangan makanan, khususnya makanan tradisional harus tetap dilakukan agar tidak hilang ditelan waktu dan tergeser dengan hadirnya makanan dari luar. Hal ini harus terus ditanamkan pada anak muda atau mahasiswa.
 5. Menciptakan nilai bisnis di bidang kuliner dengan melakukan berbagai kegiatan yang menjual ide bisnis dalam bentuk *live entertainment project*.
 6. Mahasiswa pun diminta untuk selalumelihat peluang bisnis di luar, bisa salah satunya dengan menggandeng industry. Nantinya mahasiswa dapat melihat peluang bisnis dunia kuliner ke depannya seperti apa dan bukan hanya sekedar bisa memproduksi kuliner seperti yang ada sekarang ini.
 7. Mahasiswa selain menjual proyek di bidang kuliner ini, namun juga menjual *image* tentang arti dan tujuan dari *creative problem solving* ini secara tidak langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A. Chaedar. (2009). *Pokoknya Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Cohen, L. and L. Manion. 1985. *Research Methods in Education*. London: Croom Helm.
- Fontana, Avanti. 2011. *Innovate We Can! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai*

- Individu, Organisasi, Masyarakat*. Cetakan 3. Jakarta: Cipta Inovasi Sejahtera.
- Hall, Dough and Wecker, David. 2008. *Jump Start Your Brain V2.0: How Everyone at Every Age Can be Smarter and More Creative*. Clerisy Press, United States of America.
- Harefa, Andreas dan Eben Ezer Siadari, 2006. *The Ciputra Way: Praktik Terbaik Menjadi Entrepreneur Sejati*. Elex Media Komputindo.
- Hopkin, D. 1993. *A Teacher's Guide to Classroom Research*. 2nd ed. Buckingham: Open University Press.
- Lumsdaine, Edward and Binks, Martin. 2007. *Entrepreneurship from Creativity to Innovation; Effective Thinking Skills for Changing World*. Trafford Publishing.
- Kelley, Tom and Littman, Jonathan. 2001. *The Art of Innovation*. 1st edition. Crown Business.
- Kittler, Pamela Goyan, Sucher, Kathryn and Nelms, Marcia Nahikian. 2012. *Food and Culture*. 6th edition. Wadsworth Cengage Learning.
- Nuraida dan Dewanti Hariyadi. 2001. *Pangan Tradisional: Basis Bagi Industri Pangan Fungsional dan Suplemen/Pusat Kajian Makanan Tradisional*. IPB Bogor.
- Oech, Roger von. 2008. *A Whack On The Side OF The Head*. 25th anniversary edition. Business Plus.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Umar, Husein. 2010. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*. Jakarta: Rajawali Pers.