



Oleh:
Handoko Wignjowargo
 Managing Partner MAESTRO Consulting-Coaching-Sharing
 Mahasiswa Program Doktorat bidang Strategic
 Management FE UI.
 Guest Lecturer Program Pascasarjana di sejumlah
 universitas.
 email: handoko@wignjowargo.com

Dapur Umum yang Tidak Umum

Orchard Road Singapura, medio Agustus 2006. Saya tengah menelusuri lorong-lorong di toko buku Kinokuniya ketika *handphone* saya berdering. Sebuah suara yang saya kenal tetapi sudah lama tidak berhubungan menyapa dari seberang dan mengajak bertemu. Setelah berbasa basi sebentar akhirnya kami sepakat bahwa saya akan mampir langsung dari bandara ke proyek si penelepon di kawasan Ancol, Jakarta Utara, sepuluhang dari negeri jiran ini. *Handphone* saya tutup dan kembali saya menelusuri lorong-lorong toko buku yang berlokasi di Takashimaya Shopping Center Nge Ann City yang konon yang terbesar di Asia Tenggara ini.

Di antara puluhan buku yang saya bawa ke kasir, ada satu buku yang berjudul sangat provokatif menurut saya, yaitu "Why Asians are Less Creative than Westerners" (Ng Aik Kwang, 2001). Pada awalnya saya membelinya

karena judulnya yang membuat saya begitu ingin tahu tentang isinya. Belakangan saya menemukan bahwa buku ini bisa menjadi pelengkap salah satu tugas kuliah saya di program Doktorat Manajemen Strategik FEUI, yaitu mempelajari secara khusus untuk kemudian mempresentasikan buku 'Inspire to Innovate' (Meyer & Garg, 2005), buku yang bercerita tentang manajemen dan inovasi di Asia.

Di buku tersebut, Meyer & Garg mengungkapkan bahwa inovasi adalah barang baru dan bahwa manajemen inovasi yang efektif adalah sesuatu yang langka di Asia. Padahal agar bisa sukses bangsa-bangsa Asia harus mengandalkan inovasi dan bukannya melakukan perang harga lebih rendah yang banyak terjadi saat ini. Hasil penelitian penulis juga mengatakan bahwa ada 8 prinsip dasar manajemen inovasi yang salah satunya menyatakan bahwa "*Innovation is triggered by creativity*".

Meyer dan Garg juga memberikan

resep-resep bagaimana seharusnya bangsa-bangsa di Asia agar bisa inovatif serta perubahan-perubahan apa yang harus dilakukan baik yang menyangkut pasar, bagaimana memobilisasi sumberdaya yang dimiliki dan banyak hal lain lagi. Yang tidak terungkap adalah mengapa bangsa-bangsa Asia sampai disebut kalah dalam inovasi dengan bangsa-bangsa lain yang lebih maju di mana kebanyakan di buku ini dicontohkan berasal dari negara-negara barat.

Saat membaca "Why Asians are Less Creative than Westerners" saya menemukan sebagian jawabannya. Di buku ini diungkapkan mengapa banyak sekali orang genius dan kreatif, macam Einstein, Picasso, Darwin dan sebagainya lahir di negara-negara barat bukan di timur. Padahal banyak inovasi baru di dunia yang lahir di Asia seperti penggunaan kertas, tinta, mesiu dan banyak lagi. Ng Aik Kwang berpendapat bahwa semuanya tidak lepas dari latar belakang kultur orang-orang Asia itu sendiri yang

Bahwa ada **8 prinsip dasar** manajemen inovasi yang salah satunya menyatakan bahwa **"Innovation is triggered by creativity"**.

di banyak aspek, meskipun tidak semua, saya setuju karena mengalami sendiri dalam hidup saya. Dalam bukunya, penulis juga mengungkapkan hal-hal praktis yang perlu dilakukan untuk bisa lebih kreatif dalam kehidupan sehari-hari.

Buku "Inspire to Innovate" saya mulai baca saat menunggu feri yang akan membawa saya dari terminal feri WTC Singapura ke terminal Sekupang Batam, juga sepanjang perjalanan Singapura-Batam. Isinya sangat menarik. Di bagian penutupnya ada sub judul yang unik yaitu 'And Now It is Up to You', dimana penulis menyatakan bahwa tujuannya sesuai dengan judulnya adalah untuk menginspirasi bangsa Asia agar melakukan tindakan dalam rangka meningkatkan inovasi. Dengan membaca dan mendapat inspirasi saja hanya akan meningkatkan kepuasan intelektual, dan bukan itu sebenarnya yang dibutuhkan bangsa-bangsa di Asia saat ini.

Sedangkan buku "Why Asians are Less Creative than Westerners" saya baca saat menunggu di *executive lounge* bandara Hang Nadim Batam, berlanjut di sepanjang perjalanan menuju Jakarta. Judulnya yang provokatif sempat juga menarik perhatian penumpang lain di sebelah yang secara tidak sengaja saya lihat sedang melirik buku yang tengah saya baca.

Meski tidak setuju dengan semua yang diungkapkan penulis, saya menemukan banyak sekali kejadian-kejadian nyata di tanah air, yang pada akhirnya membuat saya sepakat bahwa me-

mang kita dalam banyak hal kurang kreatif.

Setibanya di bandara Soekarno-Hatta di sore hari, sesuai janji, saya langsung meluncur ke kawasan Ancol Barat untuk bertemu si penelepon tempo hari, Hartono Wignjopranto. Pemilik Paramita Group yang juga menjadi Direktur Utama proyek perumahan Metro Marina. Meskipun sudah lama tidak bertemu, saya tetap disambut kehangatan khas beliau di sebuah restoran yang terletak persis di pintu masuk proyek. Kamipun kemudian makan malam bersama dan mendiskusikan demikian banyak hal baik tentang proyek propertinya maupun tentang restoran tempat kami makan, sebelum akhirnya kami berjalan menuju *show unit* yang tidak jauh dari restoran berada.

Saat keluar dari restoran yang diberi nama 'tidak biasa', Dapur Umum, saya sempat tertegun, hampir seratus orang mengantri malam itu dan kelihatan dari lalu lalang kendaraan yang datang, jumlah itu akan terus bertambah. Pada awalnya saya "hanya" setengah percaya saat diinformasikan kalau di hari biasa, restoran yang punya dua jenis sesuai menu utamanya ini, bisa mendatangkan 900 sampai 1200 orang sehari. Jumlahnya berlipat kali di akhir pekan, hingga 1200-1800 orang. Namun kala melihat sendiri antrian tadi, saya jadi percaya 100%.

Masih dengan sedikit tertegun, saya tidak langsung menuju *show unit* tetapi justru mengamati dengan seksama fenomena yang ada. Saya menggeleng-gelengkan kepala sambil tersenyum dan otak saya dengan cepat berpikir, "Siapa bilang orang Asia tidak kreatif". Kedua restoran ini dirancang sebagai *marketing tool* untuk memasarkan produk properti. Dengan strategi menyajikan makanan enak dengan harga yang sangat terjangkau maka restoran ini sudah berhasil *men-generate crowd* menuju lokasi proyek.

Sambil berjalan menuju *show unit* kami bersepakat untuk melakukan kerjasama. Saya akan membantu mempertajam strategi pemasaran yang sudah dilakukan mereka saat ini. Untuk pertama kalinya dalam pertemuan perdana dengan klien, saya langsung menyanggupi untuk membantu. Ada banyak alasan untuk itu. Bisa jadi karena saya

sudah kenal dengan pemilik sebelumnya, bisa jadi juga saya terkesan karena antrian di restorannya. Tetapi rasanya, lebih terpengaruh oleh dua buku terakhir yang saya baca. Kesempatan yang membuat saya berpikir bahwa saya akan bertemu manajemen yang kreatif sehingga nantinya saya akan mendapat banyak kesempatan untuk memberikan alternatif-alternatif strategi pemasaran kreatif dalam sesi konsultasi atau advisory.

Seiring dengan berjalannya waktu, penjualan properti ini berjalan dengan baik, strategi-strategi baru pun disusun untuk mempercepat pemasaran. Restoran tetap menjadi *marketing tool* dan senantiasa ramai, baik di hari kerja maupun akhir pekan. Bahkan kalau pada awalnya direncanakan akan disubsidi oleh proyek dengan anggaran

Dengan strategi menyajikan makanan enak dengan harga yang sangat terjangkau maka restoran ini sudah berhasil *men-generate crowd* menuju lokasi proyek.

promosi, justru terjadi sebaliknya. Anggaran promosi tidak jadi keluar, justru keuntungan yang datang.

Saya sendiri jadi sering sekali datang ke sini, selain untuk konsultasi atau advisory juga mengantar tamu untuk makan dan berkeliling di sana. Pernah suatu hari ada seorang klien saya dari Jawa tengah yang kebetulan ke Jakarta dan saya ajak mampir ke sini. Sambil menggeleng-gelengkan kepala karena kagum, dia berkomentar dalam bahasa Jawa, "*Jenenge Dapur Umum, ning ora umum,*" yang artinya kurang lebih, namanya memang Dapur Umum tapi 'tidak biasa'. ■