

Berpikir Lateral Dalam Bisnis

Oleh: Soegiono*)

Abstract

The lateral thinking concept for the first time promoted by Edwards De Bono from result deep studying about human attitude in taking decision. The thinking of De Bono are multiplied or promoted by many industrialists or entrepreneurs or businessmen to pile up strategic trading or business to winning in competition in trading or business. So that the lateral thinking sees something with manner looking that good and attract. Manner looking that unconventional lateral thinking becomes attractive because the difference performs each others. Braving the difference performs reveals the new innovation that created at the market. The competition with using the lateral thinking design are competition completely each other in the industries. So between competitors in competition can do trade and business manner solidly.

Key Words : The lateral thinking in business

Pendahuluan

Konsep berpikir lateral pertama kali dikembangkan oleh Edward De Bono dari hasil studinya yang mendalam mengenai perilaku manusia dalam pengambilan keputusan. Pemikiran De Bono tersebut kemudian dikembangkan oleh banyak kalangan dalam menyusun strategi bisnis dan untuk memenangkan persaingan bisnis.

Berpikir lateral adalah memulai dan menilai sesuatu yang dihadapi baik dalam bisnis maupun dalam kehidupan sehari-hari secara menarik. Jika kebanyakan orang menilai sesuatu dari pandangan positif

dan atau negatif, maka berpikir lateral adalah melihat sesuatu dengan cara pandang yang menarik. Dalam dunia bisnis, maka cara pandang lateral adalah melihat suatu peluang dilakukan dengan cara-cara baru yang biasanya tidak mengikuti cara lama. Cara pandang lateral yang inkonvensional ini menjadi menarik karena penampilan yang berbeda dari yang lain. Keberanian untuk tampil beda inilah yang melahirkan inovasi-inovasi baru dari peluang yang tercipta dalam pasar.

Dalam dunia bisnis, biasanya persaingan dilakukan dengan berusaha mengalahkan lawan dan atau melakukan usaha-usaha yang lebih baik dari kompetitornya. Persaingan

cara demikian membawa korban hancurnya bisnis lain atau bahkan hancurnya industri secara keseluruhan. Persaingan dengan menggunakan pola berpikir lateral adalah persaingan dengan saling melengkapi dalam suatu industri, sehingga antar pihak yang melakukan persaingan dapat melaksanakan bisnisnya secara terpadu dan saling menghidupi. Dampak dari persaingan lateral adalah adanya pengayaan dalam bisnis dan pertumbuhan bisnis dapat berlangsung dalam jangka panjang. Masing-masing pihak berupaya agar persaingan terjadi selama mungkin dengan manfaat bagi semua pihak.

Tulisan ini mencoba menelusuri pola berpikir lateral dan mengaplikasikannya dalam kehidupan bisnis. Cara pandang lateral ini dipakai sebagai suatu strategi yang relevan dalam kehidupan dunia bisnis yang penuh persaingan dewasa ini. Tulisan ini memerlukan diskusi lebih lanjut dan ikut mencari solusi terbaik bagi pelaku ekonomi yang terlibat dalam membangun bangsa ini.

Tulisan ini mengambil asumsi bahwa para pelaku ekonomi dan bisnis harus dapat dirubah pola berpikirnya dalam menghadapi persaingan secara bersama-sama. Jadi pendekatan

yang dilakukan adalah merubah cara berpikir para pelakunya dan bukan merubah struktur bisnis atau kinerja bisnis yang ada. Atau dengan lain perkataan, tulisan ini berusaha merubah cara berpikir vertikal menjadi cara berpikir horizontal atau lateral dengan memberikan makna yang lebih kaya terhadap kehidupan bisnis secara keseluruhan.

Pembahasan

Dalam dunia bisnis, maka memulai memutuskan sesuatu dengan mencari dan melaksanakan keputusan dari sesuatu yang menarik, memerlukan improvisasi-improvisasi yang berkelanjutan. Pola berpikir lateral yang dipenuhi dengan strategi improvisasi ini berbeda dengan kebanyakan strategi konvensional seperti terlihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1
Perbedaan Cara Pandang Dalam Bisnis

| Fungsi | Berpikir Lateral | Berpikir Vertikal |
|-----------|---|--|
| Manajemen | Menekan improvisasi Orientasi strategi | Menekankan perencanaan Orientasi tujuan |
| Pemasaran | Bauran produk Investasi iklan | Bauran lini Biaya iklan |
| Produksi | Variasi produksi Fragmentasi pasar | Homogenisasi produk Segmentasi pasar |
| Keuangan | Akuntansi lingkungan Evaluasi ekonomis | Akuntansi lingkungan Evaluasi ekonomis |
| SDM | Pelatihan bisnis Sistem bonus | Pendidikan bisnis Sistem gaji |

Sumber : Hasil analisis

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa pendekatan pola berpikir lateral menekankan jurus-jurus perubahan perilaku manusia atau strategi *behaviouristic*, sedangkan pola berpikir vertikal menekankan pada perubahan kinerja bisnis. Dalam kenyataan bisnis sehari-hari, seorang berpandangan lateral biasanya memahami pandangan vertikal, sebaliknya seorang berpandangan vertikal atau konvensional biasanya tidak mau memahami pola berpikir lateral. Berpikir lateral adalah berpikir dengan alternatif sedangkan berpikir vertikal adalah berpikir tanpa alternatif. Dengan demikian berpikir lateral memberikan wawasan yang lebih luas terhadap permasalahan bisnis, sedangkan berpikir vertikal memberikan wawasan sempit meskipun mendalam terhadap aspek-aspek yang berkembang dalam bisnis.

Dalam dunia bisnis pola berpikir lateral menempatkan sistem bimbingan internal manusia sebagai fokus yang berinteraksi dengan energi manusia, kemampuan bisnis, peluang yang digarap, dan tanggung jawab sosial. Saling ketergantungan sistem internal ini menjadikan pelaku bisnis secara proaktif melakukan evaluasi setiap saat dan mengantisipasi setiap perubahan dari waktu ke waktu secara sadar dan menyebarkan

pola berpikir lateralnya ke berbagai peluang bisnis yang ada dengan membuat variasi yang sesuai dengan situasi dan kondisi setempat yang pada umumnya sangat heterogen.

Berpikir konvensional di lain pihak, biasanya selalu mengandalkan pada tujuan-tujuan strategis, sehingga para pelaku bisnis tidak melakukan aksi sekarang dan segera bertindak, namun sebaliknya menunggu perkembangan demi

perkembangan sambil membuat perencanaan demi perencanaan, sehingga sampai pada saatnya untuk bereaksi mereka sudah kehilangan tenaga untuk berbuat sesuatu guna meningkatkan kinerja bisnisnya.

Perbedaan cara pandang lateral dan konvensional dapat dilihat pada beberapa kasus yang terjadi di sekeliling kita, misalnya yang tertuang pada tabel 2 berikut.

Dari tabel 2 di atas semakin terlihat bahwa pola berpikir lateral menempatkan variasi perilaku pengambilan keputusan sebagai suatu produk yang dapat berubah sesuai dengan kebutuhan pada waktu dan tempat yang berbeda. Pendekatan ini semakin diperlakukan dalam situasi persaingan bisnis yang semakin marak dewasa ini. Adanya perubahan variasi yang lebih cepat menyebabkan pengusaha mempunyai kekuatan monopolistik tertentu, sehingga para pelanggan dapat memperoleh pelayanan prima.

Strategi fokus yang dikembangkan oleh para pelaku bisnis sebaiknya menyertakan pola berpikir lateral ini untuk meminimasi biaya yang timbul bila terdapat perubahan-perubahan bisnis baik dalam skala makro maupun mikro. Misalnya terdapat perubahan dalam peraturan pemerintah, maka pola berpikir lateral memprakarsai perubahan secara cepat dengan merubah pelakunya dalam melaksanakan bisnis.

Penyesuaian-penyesuaian yang dibutuhkan oleh para pelaku yang berpikir lateral lebih banyak bersifat improvisasi dengan merubah strategi bisnis jangka pendeknya yang segera dapat terlihat pada kinerja yang dihasilkannya. ■

Tabel 2

Beberapa Kasus Hasil Pikir Lateral Dan Konvensional

| Kasus | Pemecahan |
|----------------|---|
| Industri rokok | Lateral: membuat produk alternatif yang sesuai dengan kesehatan masyarakat Vertikal: terus memproduksi rokok secara konvensional |
| Industri mobil | Lateral: mengganti disain tiap tahun dengan variasi yang berbeda Vertikal: produk dan disain diganti tiap tiga sampai lima tahun sekali |
| Industri jasa | Lateral: memberikan jasa dan biaya yang berbeda pada setiap kasus yang berbeda Vertikal : memberikan jasa dan biaya yang standar pada tiap kasus yang berbeda. |

Sumber : Hasil analisis

Kesimpulan

Tulisan ini membahas sedikit mengenai pola berpikir lateral dalam bisnis dan membandingkannya dengan pola berpikir lain yang biasa

dilakukan oleh pelaku bisnis konvensional. Berbagai perkembangan dunia bisnis yang semakin marak pada akhir-akhir ini mengisyaratkan

pentingnya perubahan pola berpikir pelaku ekonomi dari berpikir konvensional ke berpikir lateral ■

DAFTAR PUSTAKA

- Hiam, Alexander, (1990), *"The Vest Pocket CEO Decision Making Tools for Executives"*, New York: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (1994), *"Prinsiples Marketing"*, New York: Prentice Hall International.
- Kotler, Philip, (1994), *"Manajemen Pemasaran"*, Terjemahan. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Porter, Michael, (1992), *"Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan pesaing"*, Terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Porter, Michael, Dharma Adus dkk., (1993), *"Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul"*, Jakarta: Erlangga.
- Perry, Lee Tom, et. Al., (1994), *"Real Time Strategy, Improvising Team-based Planning for Fast-Changing World"*, New York: John Willey.