**6-Sumber Inovasi Push dan Pull**

Mari kita bicara soal inovasi.

Anda harus melihat darimana datangnya keunggulan sebuah perusahaan baru. Bila anda tidak memiliki keunggulan, maka anda tak bisa menciptakan laba. Jadi, kita akan membahas soal darimana keunggulan itu datang.

Pertama, dari monopoli. Ini adalah asal keunggulan yang paling tinggi. Di dalam sebuah pasar, anda diberi hak tunggal untuk menjual produk. Tak ada pesaing sama sekali. Misalnya Pertamina diberi hak tunggal untuk mengolah minyak bumi atau PLN mentransmisikan listrik.

Kedua adalah skalabilitas. Yakni ketika anda membuat banyak produk untuk orang banyak. Hasilnya anda akan memiliki skala ekonomis dimana biaya anda makin rendah dibanding kompetitor. Namun, usaha baru sangat jarang yang bisa memiliki skalabilitas ini kecuali bidang teknologi informasi.

Ketiga adalah sesuatu yang bernilai, lebih baik, atau berbeda. Anda mungkin menciptakan produk yang mampu meningkatkan efisiensi, memberi hasil lebih baik, keamanan lebih tinggi, dan sebagainya. Untuk para wirausahawan awal, inilah kategori yang paling cocok.

Kita mendefinisikan inovasi sebagai penyelesaian atas sebuah kebutuhan atau masalah dengan cara baru. Inovasi adalah menciptakan kecocokan baru antara solusi dan kebutuhan. Pada gambar, kebutuhan kita gambarkan sebagai bundaran target. dan solusi sebagai panah.

Untuk menciptakan nilai melalui inovasi, harus ada 3 kondisi yang mesti dipenuhi. Pertama, kebutuhan itu harus nyata dan bernilai ekonomi bagi pemilik kebutuhan. Kedua, solusi anda harus cocok dengan kebutuhan itu dan masalah konsumen harus diselesaikan. Kondisi ketiga, konsumen bersedia membayar untuk solusi tersebut dengan sejumlah uang yang harus lebih besar dari biaya anda menghadirkan solusi tersebut.

Bila anda bisa memenuhi 3 solusi itu, maka kewirausahaan inovasi anda bisa berjalan.

Ada 2 cara untuk mencocokkan kebutuhan dan solusi.

Yang pertama adalah cara pull atau tarik. Lewat pull, andamemulai dari kebutuhan. Anda akan bertanya: bagaimana saya bisa menyelesaikan masalah konsumen ini?

Anda mungkin akan menemukan beberapa solusi. Selanjutnya, anda harus menemukan solusi mana yang benar-benar cocok dan memiliki biaya yang menarik bagi sebuah bisnis.

Berikut adalah contohnya.

Tony Fadell adalah seorang desainer senior di Apple yang mendesain iPod, iPhone dan iPad. Beberapa tahun kemudian Fadell keluar dari Apple dan membangun rumah impiannya. Ketika ia pergi ke supermarket untuk mencari termometer ruangan, yang ia dapatkan hanyalah termoreter yang jelek bentuknya, sulit digunakan, dan tak bisa diprogram. Lalu ia membuat termometernya sendiri dan mendirikan sebuah perusahaan bernama Nest Lab. Belakangan Nest Lab dibeli oleh Google senilai 3,2 miliar dolar.

Cara lain untuk berinovasi adalah push atau dorong. Inovator dapat memulai dengan sebuah solusi lalu bertanya: apa yang bisa saya lakukan dengan ini? Pasti ada seseorang di luar sana yang membutuhkan solusi ini.

Berikut ini adalah contoh inovasi push.

Dean Cayman menciptakan iBot, sebuah alat penyeimbang diri untuk penderita lumpuh dimana mereka tak mesti duduk. Pengguna bisa berdiri di atas alat itu hingga pada ketinggan tubuh sama dengan orang rata-rata. Teknologi alat ini kemudian dibeli oleh Johnson & Johnson sebagai perangkat kesehatan.

Cayman lalu bertanya kepada dirinya sendiri. Apa lagi yang bisa dilakukan alat ini selain membuat berdiri orang lumpuh? Hasilnya adalah Segway yang kita kenal sekarang dan berbagai inovasi turunannya.

Bagaimana Cayman bisa sampai ke Segway?

Ia berpikir salah satu profesi dengan aktivitas berjalan paling tinggi adalah polisi. Cayman hendak menyediakan alat transportasi bagi polisi yang mampu membuat mereka bergerak lebih cepat dan bermanuver lincah. Ketika alat itu selesai dibuat, Cayman mendapatkan kontrak besar dari kepolisian dan militer.

Salah satu contoh inovasi push yang ekstrem adalah pesawat terbang.

Pada 1903 Wright bersaudara menciptakan pesawat pertama bernama Kitty Hawk. Ketika itu tak ada pasar atau konsumen sama sekali untuk pesawat terbang. Mereka hanya punya gairah dan kepercayaan pada apa yang mereka lakukan. Ketika Kitty Hawk berhasil terbang, orang-orang mulai berpikir tentang sebuah moda transportasi udara komersial dan mengembangkannya. Ini adalah contoh bahwa metode push dalam inovasi sangat mungkin diawali tanpa contoh aplikasi nyata yang sudah ada sebelumnya.

Mungkin contoh itu tidak terlalu relevan bagi anda. Namun yang harus anda sadari, pada umumnya inovasi push yang seperti itulah yang mampu menciptakan perubahan besar di dunia.