

RESENSI BUKU

Judul : **Creativity, Inc.: Overcoming the Unseen Forces that Stand in the Way of True Inspiration**
Penulis : Ed Catmull (dengan Amy Wallace)
Penerbit : New York: Random House
Tahun : 2014
Halaman : 320 halaman

Di dalam buku baru ini, salah seorang pendiri Pixar, Ed Catmull, membagikan pengalaman-pengalaman berharganya tentang cara menciptakan sebuah budaya kreativitas. Sementara kebanyakan orang berusaha untuk merumuskan dan mengkategorisasikan inspirasi dan kreativitas, Ed Catmull justru menganggap bahwa kreativitas bukanlah sekedar sebuah perigi yang di dalamnya kita menemukan ide-ide cemerlang. Baginya, kreativitas adalah sebuah budaya, dalam hal ini bagaimana menumbuh-kembangkan kreativitas pada diri orang lain.

Dalam buku ini Catmull mengungkapkan, *“keaslian itu masa depan yang belum dibuat”* (halaman 231). Untuk menciptakan originalitas tersebut, kita harus mengusahakan relasi dengan orang-orang yang lebih pandai dari diri kita sendiri, mendesak mereka untuk menyediakan masukan-masukan yang tulus dan terus terang. Ketakutan akan kegagalan janganlah justru mematikan kreativitas untuk membuat keaslian atau masa depan. Malah, kegagalan sebenarnya adalah *“sebuah investasi di masa depan”* (halaman 120).

Tidak semua nasehat-nasehatnya mudah diterima, khususnya bagi kita yang belum atau tidak memiliki pemimpin seperti Ed Catmull. Contoh, tidak mudah kita menerima nasehatnya seperti ini, *“Kepercayaan tidaklah berarti bahwa anda percaya seseorang tidak akan melakukan blunder—kepercayaan berarti anda mempercayai mereka bahkan ketika mereka ternyata melakukan blunder”* (halaman 320). Namun bagi kita yang cukup berani untuk melangkah, *Creativity, Inc.* adalah sebuah ajakan untuk terus berusaha...berusaha...dan tidak menyerah, meskipun telah gagal berulang kali.

Di sinilah kelebihan *Creativity, Inc.* Memang mudah untuk mendengar gema dari pikiran kita sendiri yang diekspresikan oleh seseorang yang pandai dan sukses seperti Ed Catmull dan menganggap ekspresi itu sebagai sebuah pengesahan terhadap cara pandang hidup kita: “Ed Catmull bisa seperti itu karena memang beginilah hidup.” Namun sikap seperti ini justru bertentangan dengan maksud dari buku tersebut – maksud yang Catmull berusaha untuk terus komunikasikan kepada para pembacanya, yang ia tahu pasti akan juga terus berusaha untuk tidak mendengar.

Maksud apakah? Catmull seringkali menggunakan dirinya sendiri sebagai sebuah contoh seseorang yang telah gagal untuk melihat inti sebuah permasalahan. Bukan seperti buku-buku manajemen lain, *Creativity, Inc.* bukanlah sebuah eksplorasi abstrak sebuah filsafat manajemen, ataupun sebuah daftar keberhasilan yang disertai dengan perintah atau aturan yang perlu diikuti untuk mencapai keberhasilan tersebut. Sebaliknya, buku ini sebenarnya – melalui 4 bagian besar dan 13 bab di dalamnya – adalah sebuah investigasi yang mendalam dan penuh makna dari sebuah rentetan kegagalan yang tak pernah berhenti dan reaksi terhadap kegagalan-kegagalan itu yang pada akhirnya memimpin pada keberhasilan. Dengan kata lain, *Creativity, Inc.* adalah sebuah buku yang ditulis sebagai hasil dari refleksi serangkaian kegagalan Ed Catmull sendiri sebagai seorang pemimpin.

Bagi saya, *Creativity, Inc.* adalah salah satu buku manajemen yang paling praktis dan paling saya dapat nikmati karena penuh dengan pelajaran-pelajaran yang berharga (baik itu yang baik dan yang buruk) bagi setiap organisasi yang rindu untuk menumbuh-kembangkan budaya kreativitas di dalamnya. Ada tiga catatan pribadi saya dari membaca buku ini yang hendak saya bagikan. Pertama, Sumber Daya Manusia (SDM) yang baik mengalahkan ide yang baik. Kedua, keseimbangan adalah keharusan. Ketiga, jangan biarkan yang tersembunyi tetap tersembunyi.

Pertama, SDM yang baik mengalahkan ide yang baik. Budaya kreativitas adalah budaya yang mengusahakan manusia untuk menjadi kreatif, bukan budaya yang berusaha menemukan ide-ide kreatif. Catmull sering memberikan pertanyaan, “Mana yang lebih bernilai, ide yang baik atau SDM yang baik?” di hadapan

orang banyak (halaman 82). Ia menemukan bahwa orang-orang tidak dapat menentukan karena separuh memilih yang ide yang baik, separuh memilih SDM yang baik. Namun baginya, karena ide itu berasal dari manusia, maka manusia seharusnya lebih penting daripada ide. Tidak heran ia memberikan nasehat ini: *“Jika anda memberikan sebuah ide yang baik kepada sebuah tim yang sedang-sedang saja, mereka akan melakukan kesalahan yang besar. Jika anda memberikan sebuah ide yang sedang-sedang saja kepada sebuah tim yang brilian, mereka akan baik itu memperbaikinya atau membuangnya dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik”* (halaman 317).

Kedua, keseimbangan adalah keharusan. Kekuatan pekerja perusahaan Pixar adalah terkenal penuh semangat dan cerita-cerita tentang keberhasilan usaha untuk memenuhi tenggat-waktu adalah legendaris. Namun jika itu yang terus terjadi dan menjadi perhatian utama, maka keseimbangan pun tidak terjadi. Ada cerita ketika usaha keras untuk memenuhi tenggat-waktu *Toy Story 2*, seorang seniman yang bekerja di Pixar kelupaan meninggalkan anaknya di dalam mobil di bawah panas terik matahari di halaman parkir, yang sebenarnya hendak ia turunkan di tempat penitipan anak (anak itu pingsan namun akhirnya bisa pulih kembali). Catmull menanggapi kejadian itu demikian, *“Toy Story 2 adalah sebuah studi kasus tentang cara sesuatu yang biasanya dilihat sebagai sebuah kelebihan – sebuah kekuatan pekerja yang bermotivasi tinggi untuk memenuhi tenggat-waktu – ternyata dapat menghancurkan diri sendiri jika dibiarkan tanpa kendali”* (halaman 87). Tidak mengherankan jika Pixar mendukung jika karyawannya mengambil cuti hamil, cuti sabat, bahkan untuk bekerja dengan hati yang gembira. Dan para karyawannya betah bekerja dan memberikan yang terbaik. Keseimbangan dalam organisasi yang kreatif sungguh tidak boleh dilewatkan.

Ketiga, jangan biarkan yang tersembunyi tetap tersembunyi. Para pemimpin sering melewatkan hal ini. Mungkin karena mereka sibuk, mungkin juga karena mereka tidak sadar diri atau menjadi rentan terhadap pujian kosong. Namun kebanyakan, kata Catmull, adalah karena setiap orang memiliki kelemahan sendiri-sendiri dan kelemahan itu dianggap tidak lagi ada ketika seseorang memiliki kedudukan. Kelemahan itu dianggap tidak lagi ada lagi karena biasanya pemimpin itu takut jika jujur mengakuinya akan berpengaruh tidak

baik pada kedudukan yang telah diperolehnya. Bagaimana menghindari hal ini sebagai seorang pemimpin? Catmull mengatakan bahwa kita tidak bisa menghindarinya. Namun setidaknya kita bisa sadar diri bahwa ada banyak hal yang kita tidak tahu dan kita tidak mempunyai informasi sebanyak yang kita pikir kita punya. *“Pendekatan yang lebih baik,”* saran Catmull, *“adalah untuk menerima bahwa kita tidak dapat memahami setiap segi sebuah lingkungan yang kompleks dan untuk berfokus, sebaliknya, pada teknik-teknik untuk menghadapi sudut-sudut pandang berbeda yang muncul secara bersamaan”* (halaman 182). Dengan kata lain, sadarilah bahwa kita tidak dapat mengetahui segala sesuatu termasuk mengetahui segala kelemahan kita. Dan janganlah menjadi stress dengan hal demikian. Yang perlu dilakukan adalah setiap pemimpin senantiasa bersedia untuk memperbaiki diri, bahkan menjadikan kelemahan yang telah diketahui dan disadari sebagai sarana untuk menjadi lebih baik.

Akhirnya, kalau kita ditanya, “apa artinya melakukan manajemen yang baik?” maka buku ini akan menjawab, “Artinya adalah menciptakan manusia-manusia yang kreatif.” Dan menurut saya buku ini telah mencapai tujuannya. Setidaknya, saya telah belajar untuk menjadi lebih kreatif melalui membaca buku ini dalam pelayanan pribadi dan pelayanan berorganisasi untuk melayani TUHAN dengan lebih baik. Saya harap para pembaca pun mengalami hal yang sama ketika membaca *Creative, Inc.*

Amos Winarto