

Volume 2 No. 2 September 2006

ISSN 1858-1218

# JURNAL

## EKONOMI DAN BISNIS TERAPAN

**Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen atas Produk Handset dengan Analytic Hierarchy Process (AHP)**

*Umi Kaltum*

**Perusahaan Efek sebagai Perusahaan Pembiayaan Daerah**

*Budi S. Purnomo*

**Komite Audit dan Implementasi Konsep Good Corporate Governance pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia**

*Mob. Wahyudin Zarkasyi*

**Pengembangan dan Pengujian Konsep Produk untuk Mengetahui Preferensi Konsumen**

*Meydia Hasan dan Yevis Marty Oesman*

**Kreatifitas yang Positif: Bagaimana Cara Menemukan dan Mengembangkannya ?**

*Imas Soemaryani*



Program Diploma III Pendidikan Ahli Administrasi Perusahaan (PAAP)  
Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran

# JURNAL

## EKONOMI DAN BISNIS TERAPAN

- Penasihat : Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran  
Prof. Dr. Suyastie Sumitro Remi, SE, MS
- Penanggung Jawab : Syamsudin, SE, MM
- Pemimpin Umum : Sutisna, SE, MSi
- Pemimpin Redaksi : Srihadi Winarningsih, SE, MSi, Ak
- Wakil Pemimpin Redaksi : Endang Taufiqurahman, SE, MT
- Chief Editor* : Kurniawan Saefullah, SE, MEc
- Dewan Editor : Winwin Yadiati, SE, MSi, Ak  
Yevis Marty Oesman, SE, MP  
Sri Djatnika S Ariffin, SE, MSi  
Cahya Irawadi, SE, Ak  
Edi Jaenuddin, SE, Ak  
Yudi Azis, SE, S.Si, MT  
Indra Nugraha, SE  
Euis Nurhayati, SE, MSi, Ak
- Sekretaris : Ato Gandana
- Layout* : Janu Suprpto
- Keuangan : Siti Junianti
- Sirkulasi : Hanhan Sutrisna, S.Sos

Alamat Sekretariat Redaksi :

**Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan**  
Program Diploma III – PAAP Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran  
Jalan Dipati Ukur No. 35 Bandung 40132, Indonesia  
Telp/Fax : +62-22- 2509055

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

**Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen atas  
Produk Handset dengan Metode Analytic  
Hierarchical Process**

*Oleh : Umi Kaltum*

halaman 1 - 14

**Perusahaan Efek sebagai Perusahaan  
Pembiayaan Daerah**

*Oleh : Budi S Purnomo*

halaman 15 - 27

**Komite Audit dan Implementasi Konsep Good  
Corporate Governance pada Badan Usaha  
Milik Negara (BUMN) di Indonesia**

*Oleh : Wahyudi Zarkasyi*

halaman 28 - 53

**Pengembangan dan Pengujian Konsep Produk  
Untuk Mengetahui Preferensi Konsumen**

*Oleh : Meydia Hasan & Yevis Marty Oesman*

halaman 54 - 68

**Kreativitas Yang Positif: Bagaimana  
Cara Menemukan dan Mengembangkannya**

*Oleh : Imas Soemaryani*

halaman 69 - 90

TENTANG PENULIS

## **KREATIVITAS YANG POSITIF: BAGAIMANA CARA MENEMUKAN DAN MENGEMBANGKANNYA?**

**Imas Soemaryani**

### **ABSTRAKSI**

"Kreativitas" adalah sebuah kata yang mengandung banyak makna, di dalamnya terdapat makna munculnya ide-ide baru, gagasan-gagasan baru, penemuan-penemuan baru, terobosan-terobosan baru, inovasi-inovasi baru, pemikiran-pemikiran baru dan hal-hal baru lainnya yang mengarahkan seseorang untuk dapat memperlihatkan akan jati dirinya dengan segala kemampuan, kehandalan dan kecerdasan yang dimilikinya. Tapi kita meyakini dan menyadari betul, bahwa bukanlah suatu hal yang mudah untuk menjadikan diri kita menjadi manusia yang "kreatif positif", sehingga kita menjadi manusia yang unggul, manusia yang bisa menghasilkan kinerja yang superior, manusia yang bisa membedakan diri kita dengan manusia-manusia lainnya, sehingga kitalah yang akan memenangkan persaingan itu.

Kata Kunci: Kreativitas, kreatif positif.

### **PENDAHULUAN**

Kalau kita bertanya, mengapa seseorang itu bisa sukses?, maka akan banyak sekali alternatif jawaban yang bisa didapat, mulai dari: (i) orang sukses itu mendapatkan peluang yang lebih baik; (ii) orang sukses itu mempunyai latar belakang yang baik; (iii) orang sukses itu