

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi informasi dalam kaitannya dengan organisasi perusahaan, telah membawa perubahan yang besar dalam proses dan pengolahan informasi, penyampaian dan distribusi data. Danelly (dalam Husein, 2001) berpendapat bahwa hadirnya teknologi komunikasi dan informasi dalam suatu organisasi kerja, seharusnya ditopang dan diikuti dengan hadirnya *input* sumber daya manusia yang mempunyai kualifikasi dan kredibilitas yang tinggi agar tercipta kondisi keseimbangan dalam rangka menciptakan produk. Kedua sumber daya ini merupakan masukan yang utama bagi organisasi perusahaan dalam proses produksi yang pada akhirnya menghasilkan produk sesuai yang ditargetkan.

Pemimpin perusahaan mempunyai kompetensi, yang meliputi bagaimana cara membaca dan memahami lingkungan, membangun jaringan kemitraan, memahami pentingnya tanggung jawab sosial, mengelola kompleksitas, menggunakan teknologi dan informasi serta mendorong kreativitas karyawannya.

Para pemimpin perusahaan mempunyai kemampuan untuk menciptakan perasaan ikut terlibat, yaitu perasaan orang-orang yang saling berbagi rasa satu sama lain, berani mengambil resiko dan mampu berpikir diluar "kotak" (Rowe, 2005). Para pemimpin menyadari bahwa ide-ide kreatif membutuhkan pengakuan,

terutama bagi mereka yang bersedia untuk bekerja keras. Mereka berfokus untuk mendorong dan mendukung organisasi mereka untuk menghasilkan produk-produk dan gagasan-gagasan baru. Pemimpin menempatkan karyawan dalam peran kepemimpinannya, dan mendorong karyawan supaya kreatif. Organisasi-organisasi yang mempunyai keinginan kuat untuk mendorong kreativitas, dapat mengatasi permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi, serta akan semakin kompetitif. Cara-cara seseorang menyelesaikan masalahnya dapat dilihat melalui bagaimana mengoptimalkan kreativitas dalam dirinya. Kreativitas mencakup hal-hal yang lebih luas, misalnya meningkatkan nilai penjualan suatu produk, melakukan negosiasi bisnis, atau memiliki hidup yang menyenangkan dan membahagiakan. Semuanya memerlukan kreativitas dalam hal yang berbeda-beda. Kita dapat menciptakan banyak hal dari sumber daya yang telah tersedia dengan melakukan proses kreativitas. Kreativitas dalam hal ini tidak terbatas pada pengembangan gagasan atau inspirasi ide, tetapi termasuk kreativitas dalam pengembangan keputusan maupun pemecahan masalah (<http://www.sinarharapan.co.id>).

Untuk mendapatkan karyawan dengan aspek-aspek demikian bukanlah sesuatu yang mudah, namun memerlukan suatu upaya tertentu untuk mengembangkan kualitas karyawan seperti kreativitas yang dimiliki oleh karyawan. Kreativitas tersebut akan berguna bagi karyawan karena dengan kreativitas, seorang karyawan akan mampu mengeluarkan ide-ide baru yang dapat menunjang kemajuan perusahaan, akan mampu memecahkan masalah terhadap

kendala-kendala yang dialami, serta mampu mengeluarkan ide-ide terhadap permasalahan yang dihadapi.

Karyawan yang mempunyai kualitas tersebut terutama banyak ditemui pada pekerja-pekerja Jepang yang merupakan tangki berbagai ide, yang menawarkan berjuta-juta gagasan untuk memperoleh mutu terbaik dalam setiap tindakan dan hasil kerja mereka, yang mana usaha ini tentu saja memerlukan pemunculan potensi kreatif setiap karyawan. Oleh sebab kreativitas pekerjanya, maka para pekerja Jepang dapat menghasilkan temuan-temuan baru dalam hal teknologi, antara lain produk otomotif dan elektronika, serta juga produk softwarena (Barra, 1986).

Kreativitas merupakan potensi yang dimiliki oleh para tenaga kerja yang sangat penting dan harus dibina serta dikembangkan pada diri setiap pekerja. Kreativitas pekerja akan sangat menunjang produktivitas kerja, dan secara keseluruhan akan meningkatkan performance kerja atau kinerja suatu perusahaan, sehingga efisiensi serta efektivitas kerja perusahaan akan tercapai.

Individu yang kreatif adalah individu yang penuh dengan keterbukaan terhadap segala sumber yang dimilikinya, mempermainkan dan mengolah sumber tersebut untuk mencari alternatif. Karena itu terkadang akan terasa sulit bagi orang lain untuk menarik kesimpulan apakah individu kreatif tersebut sedang bersungguh-sungguh atau tidak, dalam perilaku mereka (Anastasi, 1999). Guildford (1971) berpendapat bahwa kreativitas merupakan suatu kemampuan berpikir divergen atau pemikiran dalam menjajaki bermacam-macam alternatif jawaban terhadap suatu persoalan, yang sama benarnya.

Ditambahkan bahwa seseorang yang kreatif akan selalu melihat segala sesuatu dengan cara berbeda dan baru, dan biasanya tidak dilihat oleh orang lain. Orang yang kreatif, pada umumnya mengetahui permasalahan dengan sangat baik dan disiplin, biasanya juga dapat melakukan sesuatu yang menyimpang dari cara-cara tradisional. Proses kreativitas melibatkan adanya ide-ide baru, berguna, dan tidak terduga tetapi dapat diimplementasikan (Dewi, 2010).

Pada dasarnya, setiap individu mempunyai potensi untuk menjadi kreatif, tetapi potensi tersebut tidak akan berkembang dengan baik apabila individu tidak menjumpai lingkungan yang memacu sejak awal (Amien, 1983). Lingkungan yang memberikan kebebasan dalam berpikir dan bertindak (Noerhadi, 1980) serta mampu menciptakan kondisi keamanan dan kebebasan secara psikologis merupakan salah satu peluang yang memungkinkan timbulnya kreativitas (Rogers dalam Munandar, 1988).

Penulis buku *Creativity Inc.: Building an Inventive Organization*, Tanadi Santoso (dalam Dewi, 2010), mengungkapkan, kreativitas adalah proses timbulnya ide yang baru, sedangkan inovasi adalah pengimplementasian ide sehingga dapat mengubah dunia. Kreatif merupakan kata yang ditujukan bagi orang-orang yang berhasil menciptakan sesuatu yang berbeda dan menarik perhatian secara umum. Orang-orang kreatif ini bekerja menggunakan akal dan pikiran, selain tergantung mood pada pekerjaan tersebut. Kreativitas merupakan cara berpikir yang selalu berkembang dan inovatif sesuai dengan zamannya.

Daldjoeni (dalam Marzuki, 2003) mengatakan bahwa kreativitas tidak hanya kemampuan untuk bersikap kritis pada diri sendiri tetapi juga kemampuan

untuk menciptakan hubungan yang baru, tindakan yang tepat dalam menghadapi situasi baru, atau lebih jelasnya kemampuan untuk menciptakan hubungan antara dirinya dengan lingkungan baik dalam hal material, sosial maupun psikis.

Meskipun kreativitas dan inovasi sangat dihargai di banyak perusahaan, namun hal tersebut tidak selalu dapat dikomunikasikan kepada para pegawainya. Perusahaan bahkan seringkali tidak memberikan ruang gerak bagi para pekerjanya untuk berkreasi dan berinovasi. Banyak perusahaan di Indonesia merupakan contoh dimana ide-ide kreatif hanya berakhir di ruang-ruang rapat semata.

Kreativitas itu sendiri dapat terwujud baik pada perusahaan jasa maupun perusahaan yang menghasilkan produk. Pada perusahaan produk kreativitas terwujud dalam bentuk ide-ide tentang inovasi produk misalnya produk sepeda motor maka inovasi yang diperlukan yakni tentang gaya, disain dan fungsi futuristik lainnya, sedangkan pada perusahaan jasa kreativitas dapat terwujud dalam bentuk peningkatan pelayanan yang terus menerus kepada pengguna jasa atau mengembangkan pemikiran alternatif dalam memecahkan masalah yang dihadapi.

Seperti yang terjadi di PT. Era Adicitra Intermedia sebagai salah satu perusahaan percetakan di Surakarta, yang mana termasuk sebagai perusahaan semi antara produk dan jasa. Sebagai perusahaan produk yakni menghasilkan produk berupa cetak, sedangkan jasa karena juga memberikan pelayanan berupa memenuhi keinginan konsumen untuk mendapatkan disain yang inovatif yang diinginkan konsumen tersebut dan juga harus mampu memecahkan masalah

penggunaan mesin yang diinginkan konsumen sesuai dengan tuntutan jaman. Sehingga perusahaan percetakan seperti itu membutuhkan banyak kreativitas dari para karyawannya yang ada di bagian marketing, redaksi (termasuk setter, editor, desain grafis), dan gudang, tapi sayangnya justru di PT. Era Adicitra Intermedia banyak staf yang kurang kreatif dalam bekerja, ide-ide segar yang seharusnya mengalir demi kemajuan perusahaan justru berhenti sehingga perusahaan kurang dapat berkembang sesuai tuntutan jaman, padahal di era globalisasi ini, perusahaan yang ingin bertahan dalam persaingan global dan bahkan menguasai perekonomian haruslah mempunyai karyawan-karyawan yang handal dan kreatif.

Namun demikian, terdapat faktor internal yang penting yang kemungkinan dapat menghambat atau menumbuhkan kreativitas pekerja, yaitu faktor motivasi berprestasi pada karyawan. Ditambahkan oleh Dacey (dalam Subandriyo, 2009) bahwa perwujudan kreativitas ditentukan oleh tiga atribut psikologis, yaitu intelegensi, gaya kognitif, dan motivasi yang saling terkait. Titik pertemuan antara ketiga faktor inilah yang menentukan keunggulan kreativitas. Kreativitas membutuhkan adanya dorongan dari dalam diri individu (motivasi intrinsik) maupun dorongan dari lingkungan (motivasi ekstrinsik), dan salah satu perwujudan dari motivasi intrinsik tersebut adalah motivasi berprestasi.

Seperti dalam studi yang dilakukan pada murid-murid SLTA di Jerman, mengenai kreativitas yang dihubungkan dengan instrumen non kognitif antara lain dengan kebutuhan atau motivasi berprestasi (Schuler, 2008). Disebutkan lebih lanjut bahwa motivasi berprestasi yang diukur dengan skala LMI *Leistungsmotivationsinventar* (Schuler & Prochaska, 2001) secara positif

berkorelasi dengan skor kreativitas yang diperoleh dari TPG score atau *Test for Planning and Creating* (test untuk perencanaan dan kreativitas), adapun dimensi dari motivasi berprestasi tersebut meliputi bangga akan produktivitas, tidak mengenal takut, mempunyai tujuan, internalitas, lebih memilih pada tugas-tugas yang sulit, percaya diri akan berhasil, keterlibatan dalam pekerjaan, dominansi, hasrat untuk selalu belajar, independensi, control diri, dan keajegan kerja.

Ditambahkan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jaswal & Jerath, dalam Schuler, 2008) bahwa motivasi berprestasi dapat dikaitkan dengan keinovasian individu dalam organisasi serta dapat mempertinggi tingkat kreativitas individu.

Seperti kasus yang terjadi dalam perusahaan komputer yang diteliti oleh *Cray Research* bahwa Cray mengembangkan kreativitas di kalangan karyawan dengan cara mengembangkan motivasi berprestasi yang lebih tinggi (Gross, dalam Prihartiningsih, 2000).

Individu dengan motivasi berprestasi yang tinggi akan mengerahkan kemampuan dan keahlian yang dimiliki dan mengembangkan inovasi dan kreatifitas dalam bekerja (McClelland, 1987). Kecakapan dan keahlian ini dapat dikembangkan oleh perusahaan dengan memberikan program pengembangan karyawan. Mathis (2001) mengatakan bahwa pengembangan karyawan adalah kegiatan yang berkaitan dengan peningkatan kecakapan guna pertumbuhan berkesinambungan di dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang efektif.

Motivasi berprestasi menurut Edward (As'ad, 2000) adalah kebutuhan individu untuk berbuat lebih baik dari orang lain yang mendorong individu untuk menyelesaikan tugas lebih sukses dan untuk mencapai prestasi yang lebih tinggi.

Heckausen (dalam Marzuki, 2003) mendefinisikan motivasi berprestasi sebagai suatu usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan kecakapan setinggi mungkin, dalam segala aktivitas dan ukuran keunggulan yang digunakan sebagai pembanding.

Namun pada kenyataannya bahwa kreativitas tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi berprestasi, tapi juga dipengaruhi oleh kecerdasan dan kepribadian (Schuler, 2008).

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka timbul permasalahan “apakah ada hubungan antara motivasi berprestasi dengan kreativitas?”

Sehingga dari permasalahan tersebut, peneliti mengambil judul “Hubungan antara motivasi berprestasi dengan kreativitas pada karyawan.”

## **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui hubungan antara motivasi berprestasi dengan kreativitas.
2. Mengetahui pengaruh motivasi berprestasi terhadap kreativitas karyawan.
3. Mengetahui tingkat motivasi berprestasi karyawan.
4. Mengetahui tingkat kreativitas karyawan.



### **C. Manfaat penelitian**

Penulis berharap dari hasil penelitian ini dapat mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Apabila penelitian ini terbukti, dapat dijadikan masukan bahwa ternyata kreativitas itu penting dan sangat dibutuhkan agar tidak tertinggal karena kebutuhan yang terus berkembang dari konsumen.

2. Bagi karyawan

Apabila penelitian ini terbukti dapat dijadikan masukan bahwa penting untuk mempunyai motivasi yang tinggi dalam meraih prestasi yang tinggi supaya kreativitas juga tercapai sehingga sumber daya dari diri tidak ketinggalan jaman.

3. Bagi ilmuwan

Sebagai masukan bagi para ilmuwan dalam usaha mengembangkan ilmu-ilmu psikologi khususnya psikologi industri.