

**HUBUNGAN ANTARA IKLIM ORGANISASI DENGAN PELUANG
UNTUK BERKREASI PADA KARYAWAN DESAIN
PT BATIK DANAR HADI
SURAKARTA**



SKRIPSI

**DISUSUN OLEH:
DEASY AMALLIA RANI
M2A 002 019**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
MARET 2007**

**HUBUNGAN ANTARA IKLIM ORGANISASI DENGAN PELUANG
UNTUK BERKREASI PADA KARYAWAN DESAIN
PT BATIK DANAR HADI
SURAKARTA**

**Diajukan Kepada Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran
Universitas Diponegoro Untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Guna Mencapai Derajat
Sarjana S-1 Psikologi**

SKRIPSI

**Disusun Oleh:
Deasy Amallia Rani
M2A 002 019**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
MARET 2007**

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Mencapai
Derajat Sarjana S-1 Psikologi

Pada Tanggal

.....

Mengesahkan

Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran
Universitas Diponegoro

.....

Drs. Karyono, M.Si

Dewan Penguji

Tanda Tangan

- | | |
|--|-------|
| 1. Harlina Nurtjahjanti, S.Psi., M.Si. | |
| 2. Dra. Frieda NRH, M. S. | |
| 3. Endah Mujiasih, S.Psi., M.Si., M.M. | |

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Karya ini kupersembahkan untuk
Bapak dan Ibu tercinta
Adik-adikku tersayang, Rena dan Fitri*

MOTTO

“Maka Maha Suci (Allah) yang di tangan-Nya kekuasaan atas segala sesuatu dan kepada-Nyalah kamu dikembalikan.”

(Yaasiin; 83)

It is not in the stars to hold our destiny but ourselves, so catch the wind in your sails and soar high. May all your dream come true!

(William Shakespeare)

There is a time in life when you stop existing and you start living.
There is a time in life when you are given a new chance and new dreams.

There is a time in life when the old is to be forgotten
and the new embraced.

There is a time in life... and that time is now.

(Anonymous)

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha pengasih dan Maha Penyayang, atas berkat, rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. *Alhamdulillah Rabbil Alamin.*

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, dan dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Karyono, M.Si., selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro.
2. Ibu Frieda N.R.H., M.S., selaku dosen pembimbing utama, atas segala kebaikan dan kesabaran selama membimbing, serta memberikan kepercayaan kepada penulis. Terima kasih banyak Ibu.
3. Bapak Nofiar Aldriandy Putra S.Psi, selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membantu penulis memberikan masukan dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi
4. Ibu Harlina Nurtjahjanti, S.Psi., M.Si selaku ketua sidang, serta Ibu Endah Mujiasih, S.Psi, M.Si selaku dosen penguji yang telah banyak memberi masukan ketika sidang skripsi.
5. Ibu Endah Kumala Dewi, M.Kes, selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama berada di kampus Psikologi UNDIP. Terima kasih Ibu.
6. Seluruh staf pengajar Program Studi Psikologi atas bekal ilmu yang diajarkan selama ini, serta nasihat dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis.

7. Seluruh staf tata usaha dan perpustakaan atas segala kemudahan dalam mengurus administrasi serta referensi buku, dari awal kuliah hingga selesai.
8. Pimpinan PT Batik Danar Hadi Surakarta yang telah mengizinkan dan menerima peneliti untuk mengadakan penelitian di tempat yang Beliau pimpin
9. Bapak Adji Wibowo, Mbak Fita Kusumastuti, Ibu Siti Harini, serta staff HRD lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu sejak penulis mengajukan proposal hingga pelaksanaan penelitian di PT Batik Danar Hadi Surakarta.
10. Seluruh karyawan desain PT Batik Danar Hadi Surakarta yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian.
11. Orangtuaku tercinta, Bapak dan Ibu. Adik-adikku tersayang, Rena dan Fitri, serta keluarga besarku. Terima kasih banyak untuk doa, kasih sayang, perhatian, dukungan, dan motivasinya. Tanpa itu semua penulis tidak bisa seperti sekarang ini.
12. Anna, Maya, Mali, Amel, Fahmi, Rigan dan Kemal, sahabat-sahabat setia yang selalu ada untukku, yang tak pernah lelah menemani di saat-saat sedih dan gembiraku. Terima kasih untuk kebersamaan yang sungguh sangat menyenangkan ini.
13. Ajeng dan Nita atas sumbangan pikirannya, yang selalu membantu dan tak bosan-bosannya menjawab semua pertanyaanku. Untuk Mimi, Phie, Bhono, Mauna, Rina, Elita, Prima, Anti dan Ukichu atas dukungan dan kebersamaannya selama ini. Sukses untuk kalian semua.

14. Teman-teman seperjalanan dan seperjuangan skripsi yang telah menemaniku, Amel, Ajeng, Ichsan, Poppy, Septi, Nichu, dan Priyo. Terima kasih untuk semua dukungannya.
15. Semua teman-teman Psikologi UNDIP angkatan *d'narciess* 2002, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk kenangan dan persahabatan kita semua. Selamat Berjuang ya!
16. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semarang, Maret 2007

Penulis,

Deasy Amallia Rani

DAFTAR ISI

Halaman	
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Persembahan	iii
Halaman Motto	iv
Ucapan Terima Kasih	v
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstraksi	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Peluang Untuk Berkreasi	15
1. Pengertian Peluang Untuk Berkreasi	15
2. Aspek-aspek Peluang Untuk Berkreasi	19
3. Tahap-tahap Kreativitas	21

4. Tipe Kreativitas	22
5. Jenis-jenis Kreativitas	23
6. Ciri-ciri Individu Kreatif	24
7. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Peluang Berkreasi	25
B. Iklim Organisasi	29
1. Pengertian Iklim Organisasi	29
2. Aspek Iklim Organisasi	31
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Iklim Organisasi	37
C. Hubungan Antara Iklim Organisasi dengan Peluang Untuk Berkreasi Pada Karyawan	38
D. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Identifikasi Variabel Penelitian	46
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
1. Peluang Untuk Berkreasi	46
2. Iklim Organisasi	47
C. Subjek Penelitian	47
D. Metode Pengumpulan Data	49
E. Metode Analisis Data	55
BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	59
A. Prosedur Dan Pelaksanaan Penelitian	59
1. Orientasi Kancah Penelitian	59
2. Persiapan Penelitian	65

3. Pelaksanaan Penelitian	71
B. Subjek Penelitian	72
C. Hasil Analisis Data Dan Interpretasi	72
1. Uji Asumsi	72
2. Uji Hipotesis	74
3. Deskripsi Subjek Penelitian	76
BAB V PEMBAHASAN	80
A. Pembahasan	80
B. Simpulan	90
C. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Blue Print Jumlah Aitem Skala peluang Untuk Berkreasi ...	52
Tabel 2	Blue Print Jumlah Aitem Skala Iklim Organisasi	54
Tabel 3	Jumlah Karyawan Bagian Desain PT Batik Danar Hadi	66
Tabel 4	Indeks Daya Beda dan Reliabilitas Skala Peluang Untuk Berkreasi	67
Tabel 5	Sebaran Butir Aitem Valid dan Gugur Skala Peluang Untuk Berkreasi	68
Tabel 6	Sebaran Aitem Skala Peluang Untuk Berkreasi Untuk Penelitian	69
Tabel 7	Indeks Daya Beda dan Reliabilitas Skala Iklim Organisasi..	70
Tabel 8	Sebaran Butir Aitem Valid dan Gugur Skala Iklim Organisasi	70
Tabel 9	Sebaran Aitem Skala Iklim Organisasi Untuk Penelitian	71
Tabel 10	Uji Normalitas Sebaran Data Peluang Untuk Berkreasi dan Iklim Organisasi	73
Tabel 11	Uji Linearitas Peluang Untuk Berkreasi dan Iklim Organisasi	73
Tabel 12	Deskripsi Statistik Penelitian	74
Tabel 13	Rangkuman Analisis Regresi Sederhana Variabel-variabel Penelitian	75
Tabel 14	Koefisien Persamaan Garis Regresi	75
Tabel 15	Koefisien Determinasi Penelitian	76
Tabel 16	Gambaran Umum Skor Variabel-variabel Penelitian	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kategorisasi dan Distribusi Subjek Dalam Variabel Peluang Untuk Berkreasi	77
Gambar 2	Kategorisasi dan Distribusi Subjek Dalam Variabel Iklim Organisasi	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Skala Peluang Untuk Berkreasi dan Iklim Organisasi Untuk <i>Try Out</i>	98
Lampiran 2	Sebaran Data <i>Try Out</i> Skala Peluang Untuk Berkreasi	99
Lampiran 3	Hasil <i>Try Out</i> Skala Peluang Untuk Berkreasi	103
Lampiran 4	Sebaran Data <i>Try Out</i> Skala Iklim Organisasi	108
Lampiran 5	Hasil <i>Try Out</i> Skala Iklim Organisasi	115
Lampiran 6	Skala Peluang Untuk Berkreasi dan Iklim Organisasi Untuk Penelitian	123
Lampiran 7	Jawaban Skala Penelitian Peluang Untuk Berkreasi	124
Lampiran 8	Jawaban Skala Penelitian Iklim Organisasi	128
Lampiran 9	Uji Normalitas, Linearitas, dan Hipotesis	133
Lampiran 10	Struktur Organisasi PT Batik Danar Hadi	144
Lampiran 11	Hasil Wawancara Dengan Karyawan Desain	145
Lampiran 12	Surat Ijin Penelitian	156

HUBUNGAN ANTARA IKLIM ORGANISASI DENGAN PELUANG UNTUK BERKREASI PADA KARYAWAN DESAIN PT BATIK DANAR HADI SURAKARTA

Oleh:
Deasy Amallia Rani

ABSTRAK

Peluang untuk berkreasi sangat penting dimiliki oleh seluruh karyawan desain, untuk mencapai kinerja dan produktivitas yang memuaskan. Jika karyawan memiliki peluang berkreasi yang baik, maka akan dapat menghasilkan gagasan-gagasan yang lebih menguntungkan bagi perusahaan. Jika perusahaan menginginkan karyawan-karyawan kreatif yang selalu terdorong untuk meningkatkan mutu produknya, maka yang perlu diusahakan adalah menciptakan iklim organisasi yang menghargai kreativitas, memberi kesempatan, baik waktu, sarana dan prasarana serta insentif kepada karyawan untuk memikirkan, merancang, meneliti dan mengembangkan produk-produk baru yang lebih memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empirik hubungan antara iklim organisasi dengan kreativitas pada karyawan desain PT Batik Danar Hadi Surakarta.

Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan tetap bagian desain motif, desain bordir dan desain *house hold*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan tes ulang (*test retest*), dengan jumlah populasi 40 orang karyawan desain, sehingga peneliti menggunakan seluruh subjek dalam penelitian, atau dapat dikatakan sebagai teknik studi populasi. Metode pengumpulan data menggunakan dua buah skala psikologi, yaitu Skala Peluang untuk Berkreasi yang disusun berdasarkan aspek kreativitas menurut Munandar (1999, h.21-22), dengan jumlah aitem sebanyak 27 aitem, dan Skala Iklim Organisasi yang disusun berdasarkan aspek-aspek dari Kolb dan Rubin (1984, h.343), dengan jumlah aitem sebanyak 43 aitem. Analisis data dilakukan dengan metode analisis regresi sederhana dengan bantuan teknik *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 12.0.

Hasil analisis data menghasilkan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,611$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang berarti ada hubungan positif antara peluang untuk berkreasi dan iklim organisasi pada karyawan desain PT Batik Danar Hadi Surakarta. Semakin positif iklim organisasi, maka semakin tinggi pula peluang untuk berkreasi pada karyawan. Efektivitas regresi penelitian ini sebesar 37,4%, artinya peluang untuk berkreasi karyawan desain sebesar 37,4% ditentukan oleh iklim organisasi. Peluang untuk berkreasi karyawan dan iklim organisasi berada pada kategori sedang.

Kata Kunci : Kreativitas, Peluang untuk Berkreasi, dan Iklim Organisasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan di dalam dunia industri menuntut perusahaan untuk semakin kompetitif dengan menempatkan tenaga-tenaga yang ahli di dalam bidangnya. Banyak sekali faktor penunjang keberlangsungan suatu organisasi, salah satunya adalah faktor karyawan. Karyawan seharusnya dapat dikembangkan agar dapat mencapai tujuan organisasi. Simamora (2004, h.4) mengatakan bahwa sumber daya manusia adalah aset organisasi yang paling penting yang harus dimiliki dan diperhatikan oleh perusahaan. Manusia dalam perusahaan perlu mendapatkan perhatian khusus jika perusahaan ingin mencapai tujuan organisasi.

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, h.165-168). 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>).

Perusahaan-perusahaan mengakui makna yang sangat besar dari gagasan-gagasan baru, dan mereka mencari orang-orang yang memiliki potensi kreatif dan inovatif. Kemajuan teknologi yang meningkat di berbagai bidang, menuntut adanya adaptasi secara kreatif dan kemampuan untuk mencari pemecahan yang imajinatif. Tidak berlebihan jika dikatakan bahwa saat ini kita semua terlibat dalam ancaman akan kelangsungan hidup, baik dalam bidang ekonomi, politik, kesehatan maupun dalam bidang sosial dan budaya. Oleh karena itu, ditinjau dari aspek kehidupan manapun, kebutuhan akan kreativitas sangatlah terasa.

Menyoroti kebutuhan saat ini atas keputusan gerak cepat, kemampuan organisasi untuk menstimulasi kreativitas para karyawan semakin penting. Beberapa organisasi percaya bahwa kreativitas merupakan benih-benih keberhasilan. *Scitor*, sebuah perusahaan terbaik kelima di Amerika memiliki misi perusahaan, yaitu bahwa mereka tidak hanya menghasilkan uang saja, namun berusaha juga untuk mengkapitalisasikan kreativitas individual karyawannya (Kreitner dan Kinicki, 2005, h.38). Hal itu berarti bahwa kreativitas karyawan merupakan sumber terbesar bagi kemajuan suatu perusahaan.

Kreativitas manusia sepanjang sejarah meliputi banyak kegiatan, di antaranya dalam organisasi sosial, ekonomi, ilmu pengetahuan, teknologi serta proses simbolis. Proses simbolis merupakan kegiatan manusia dalam menciptakan makna yang merujuk pada realitas yang lain daripada pengalaman sehari-hari. Proses simbolis meliputi bidang-bidang agama, ilmu, sejarah, bahasa dan seni (Kuntowijoyo, 1987, h.3).

Seni merupakan penjelmaan rasa indah yang terkandung dalam jiwa orang yang dilahirkan dengan perantaraan alat-alat komunikasi ke dalam bentuk yang dapat ditangkap oleh alat indera. Alat perantara seni diantaranya adalah indera pendengar, dengan produknya yang berupa seni suara, indera penglihatan berupa seni lukis, serta dengan perantaraan gerak, berupa seni tari dan drama (Shadily dkk, 1980, h 3080). Menurut Poerwadarminta (1991, h.916-917), seni merupakan suatu karya elok atau indah yang dibuat (diciptakan) dengan kecakapan yang luar biasa seperti lukisan, ukir-ukiran, dan sebagainya. Seni adalah kecakapan batin yang luar biasa yang dapat menciptakan sesuatu yang luar biasa.

Dalam Ensiklopedi Indonesia (Shadily dkk, 1980, h.3080-3081) dijelaskan beberapa macam seni, yaitu seni abstrak, seni arsitektur, seni grafika, seni lukis, seni pahat, seni suara (seni instrumental dan seni vokal), serta seni tari. Dari bermacam-macam seni tersebut, kita dapat menikmati berbagai macam produk seni yang ada, diantaranya adalah kain batik. Jika kita golongan, maka batik termasuk dalam kategori seni lukis. Seni lukis merupakan bentuk lukisan pada bidang dua dimensi, berupa hasil percampuran warna yang mengandung arti.

Menurut Turner (1999, h.56) batik adalah salah satu bentuk seni tradisional dari Jawa yang dapat kita kenali dengan mudah dan perkembangannya sangat pesat. Batik mulai dikenal sejak abad ke-12, namun masih ada perdebatan karena sangat sulit untuk melacak awal mula perkembangan seni batik. Ada yang berpendapat bahwa seni membatik dibawa oleh pedagang Gujarat dari India pada abad ke-16, namun ada pula yang mengatakan bahwa seni membatik ini berawal dari masyarakat Jawa.

Seni membatik yang pada awalnya hanya digunakan sebagai aktivitas pengisi waktu luang bagi wanita, seiring perkembangan zaman mulai bergeser ke dalam dunia industri. Seperti halnya, Santosa Doellah yang mendirikan PT Batik Danar Hadi pada tahun 1967. Sebagai pendiri, beliau dan istrinya, berusaha untuk memperkaya perkembangan seni membatik dan usaha batik di Indonesia. Menurut Santosa Doellah, kinerja yang tinggi sangatlah penting dalam perkembangan perusahaan (<http://batikindonesia.info>). Mereka berusaha untuk selalu mengikuti perkembangan dalam menghasilkan berbagai kreasi batik, misalnya dalam pemilihan warna dan bahan kain

Tidak selamanya perjalanan PT Batik Danar Hadi dapat berjalan dengan lancar. Persaingan dalam industri batik serta dampak kenaikan BBM pada akhir tahun 2005 membuat pimpinan dan seluruh karyawan bekerja ekstra, supaya dapat menghasilkan produk-produk terbaik. Menurut Marina, Pimpinan Cabang PT Batik Danar Hadi Semarang, terdapat penurunan pendapatan sebesar 40% pada awal kenaikan harga BBM. Hal tersebut tidak berlangsung lama, karena dengan kreativitas karyawan dalam menciptakan desain produk serta promosi yang baik, jumlah pengunjung serta pendapatan perusahaan kembali normal, bahkan terdapat peningkatan sebesar 20% setelah dilakukan pembenahan pada Rumah Batik Danar Hadi tersebut (<http://suaramerdeka.com>).

Konsumen dapat membeli kain batik di berbagai tempat sesuai dengan kebutuhan, pilihan dan keinginan yang selalu berubah. Mengetahui hal tersebut, perusahaan PT Batik Danar Hadi harus selalu berpikir kreatif dalam menghadapi segala perubahan yang terjadi, serta terus-menerus meninjau dan memperbaiki penawarannya. Cepat atau lambat, perusahaan harus memperbaiki kemampuannya untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaannya. Diana Hariyadi, Direktur Operasi PT Batik Danar Hadi Pusat, mengatakan bahwa banyak kreasi yang telah dihasilkan, seperti kain batik wanita dan pria, bahan baju batik potongan, perlengkapan rumah tangga serta baju kasual. Namun dengan banyaknya ragam kreasi tersebut, diperlukan kreativitas dalam ragam hias serta teknik batik supaya dapat menghasilkan kreasi yang dapat bersaing di pasaran (<http://www.kompas.com>).

Berdasarkan wawancara dengan Fita Kusumastuti, salah satu karyawan HRD PT Batik Danar Hadi Surakarta, bahwa ciri khas dari batik Danar Hadi adalah desainnya yang eksklusif, terutama dengan sentuhan bahan sutra, dengan tetap memperhatikan sisi tradisionalnya. Selain menampilkan motif khas batik solo, Danar Hadi terkadang membuat beberapa modifikasi dan kombinasi dengan beberapa desain atau motif khas dari daerah atau negara lain. Misalnya kombinasi dengan batik hokokai yang menampilkan pengaruh Jepang, motif-motif naga dan singa kilin yang menunjukkan pengaruh Cina, atau mencoba teknik *bandhani* atau teknik ikat celup yang berasal dari India. Danar Hadi mencoba menawarkan koleksinya yang tidak terlalu klasik dan lebih mengikuti mode, tetapi tetap berdasarkan ragam hias dan teknik batik (<http://www.suara.pembaharuan.com>).

Orang-orang yang memiliki kreativitas tinggi biasanya adalah orang-orang yang sangat termotivasi untuk menggunakan banyak waktunya untuk mengembangkan pengetahuan eksplisit dan implisit tentang bidang minat mereka atau tentang jabatan mereka (Kreitner dan Kinicki, 2005, h.43). Mereka selalu berusaha untuk mencari solusi yang baru dan menarik terhadap suatu permasalahan yang sedang dihadapinya.

Karyawan sering kali mempunyai ide-ide untuk mengembangkan tempat kerja mereka, pelaksanaan pekerjaan, proses-proses, dan jasa-jasa, sementara itu orang-orang di sekitar mereka akan cukup berpengaruh dalam mendorong atau menghambat peluang untuk berkreasi tersebut. Menurut Schaeffer (dalam Timpe, 1999, h.248) dengan mengetahui karakteristik dari orang kreatif, maka kita dapat menggunakannya sebagai sebuah alat untuk memperbaiki kinerja dan

mendapatkan hasil yang lebih baik. Jika karyawan-karyawan memiliki peluang untuk berkreasi, maka dimungkinkan akan dapat menghasilkan gagasan-gagasan yang lebih menguntungkan. Menurut Badawy (dalam Timpe, 1999, h.211) salah satu penyebab salah kelola kreativitas adalah praktik-praktik organisasi yang buruk yang digunakan oleh pihak manajemen sehingga dapat menghambat dan merintangangi peluang karyawan untuk berkresi.

Munandar (1999, h.12) menyatakan bahwa kreativitas adalah hasil dari interaksi antara individu dan lingkungannya. Seseorang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan dimana dia berada, dengan demikian perubahan yang terjadi baik di dalam individu maupun lingkungan dapat menunjang atau dapat menghambat upaya kreatif. Oleh karena itu, dengan terbukanya peluang berkreasi dari lingkungannya, maka akan mendorong individu untuk mengembangkan kreativitas. Banyak orang menganggap bahwa kreativitas hanya dapat diajarkan jika dikaitkan dengan bidang subjek atau mata ajaran tertentu. Namun, pada kenyataannya kreativitas dapat diajarkan dalam konteks yang bebas, lepas dari bidang materi tertentu, atau dapat dilekatkan dengan bidang subjek khusus.

Rogers (dalam Munandar, 1999, h.18) menekankan bahwa sumber kreativitas adalah kecenderungan untuk mengaktualisasikan diri, mewujudkan potensi, dorongan untuk berkembang dan menjadi matang, kecenderungan untuk mengekspresikan dan mengaktifkan semua kemampuan organisme. Demikian pula Moustakis (dalam Munandar, 1999, h.18) menyatakan bahwa kreativitas adalah pengalaman mengekspresikan dan mengaktualisasikan identitas individu

dalam bentuk terpadu dalam hubungan dengan diri sendiri, dengan alam, dan dengan orang lain.

Kreativitas tampak pada awal kehidupan, yang terlihat dalam permainan anak, lalu secara bertahap menyebar ke berbagai bidang kehidupan lainnya seperti sekolah, kegiatan rekreasi dan pekerjaan. Hasil kreatif biasanya mencapai puncaknya pada usia tiga puluh atau empat puluhan, setelah itu akan tetap mendatar atau secara bertahap menurun (Hurlock, 1978, h.7). Sebaliknya, menurut Sembel (<http://www.mail-archive.com>), kreativitas dimiliki oleh setiap orang, bahkan mereka yang sudah di atas 45 tahun sekalipun masih dianugerahi kemampuan untuk menjadi kreatif. Selama otak masih berfungsi, maka kreativitas masih mengalir dalam diri seseorang.

Kreativitas menuntut seseorang untuk mampu melahirkan sesuatu yang baru sebagai hasil dari interaksi antara individu dengan lingkungan kerjanya. Menurut Badawy (dalam Timpe, 1999, h.221) kreativitas adalah pengaruh gabungan dari orang-orang kreatif yang bekerja di dalam suatu lingkungan kreatif yang mendorong (atau setidaknya tidak menghambat) kreativitas. Faktor yang berperan dalam mengembangkan peluang berkreasi salah satunya adalah suasana atau lingkungan dari tempat kerja tersebut, baik yang bersifat fisik maupun yang bersifat non fisik. Lingkungan kerja yang menyenangkan dapat mempengaruhi perilaku karyawan, sehingga pimpinan perusahaan berusaha sebaik mungkin untuk dapat menciptakan iklim kerja di dalam suatu organisasi yang dapat memberikan peluang bagi karyawan untuk berkreasi, sehingga dapat menunjang kinerja karyawan.

Perusahaan sebagai suatu organisasi pada hakikatnya merupakan kumpulan dari berbagai macam kegiatan yang terkait satu sama lain hingga menjadi satu kesatuan yang utuh. Mekanisme kegiatan tersebut mempengaruhi dan membentuk terciptanya iklim organisasi yang dirasakan oleh organisasi tersebut. Karyawan mempunyai perbedaan dalam menangkap iklim organisasi, yang mungkin dirasakan dapat memberi semangat dalam bekerja, atau justru sebaliknya sebagai suatu tekanan, yang dapat membuat perilaku karyawan tidak sejalan dengan iklim organisasi yang diharapkan. Oleh karena itu pengenalan iklim organisasi dapat dijadikan pedoman bagi pimpinan dalam menangani serta mengelola lingkungan kerja yang berbeda-beda (Gibson *et al*, 1985, h.11).

Wijayanto (2003, h.133) mengatakan bahwa terbentuknya iklim yang mendorong terbentuknya sikap dan perilaku proaktif, kreatif dan inovatif akan membawa manusia dan organisasi kepada kekuatan yang sangat besar untuk menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi di dalam organisasi. Oleh karena itu dituntut peranan yang besar dari pihak manajemen untuk mengubah iklim organisasi menjadi lingkungan yang mendukung kreativitas dan inovasi.

Mengembangkan kreativitas di tempat kerja dimulai dengan mengembangkan peluang untuk berkreasi pada individu, karena ide-ide baru berasal dari motivasi dan pemikiran orang-orang di tempat kerja mereka. Perilaku yang ditimbulkan oleh iklim organisasi dapat mendorong munculnya peluang untuk berkreasi atau justru menghambatnya, karena hasil persepsi karyawan akan mempengaruhi sikap maupun keyakinan subjektif mereka terhadap organisasi. Stoner *et al* (1995, h.119) menyatakan bahwa kreativitas paling baik dipelihara

dalam iklim yang memberikan kebebasan, yang mendorong penajakan ide baru dan cara baru untuk bekerja, atau dengan kata lain kreativitas akan dapat berkembang jika lingkungan organisasi memberikan kebebasan dan peluang bagi karyawan untuk berkreasi.

Menurut Davis & Newstrom (1996, h.21) iklim organisasi adalah lingkungan manusia dimana para karyawan melakukan pekerjaan mereka. Seperti udara dalam ruangan, iklim organisasi mengitari dan mempengaruhi segala hal yang terjadi dalam suatu organisasi. Pada akhirnya, iklim dipengaruhi oleh hampir semua hal yang terjadi dalam suatu organisasi. Para karyawan merasa bahwa iklim tersebut menyenangkan apabila mereka melakukan sesuatu yang bermanfaat dan menimbulkan perasaan berharga. Kebanyakan mereka ingin didengarkan dan diperlukan sebagai orang yang bernilai. Para karyawan ingin merasa bahwa organisasi benar-benar memperhatikan kebutuhan dan masalah mereka.

Lingkungan sosial dan psikologis terdekat dari individu yang bersangkutan penting dalam mempertimbangkan bagaimana cara merangsang kreativitas di tempat kerja, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa iklim kerja dapat mendukung peluang karyawan untuk berkreasi. Menurut Suharnan (2000, h.177) kreativitas berasal dari komponen imajeri dan penalaran, motivasi intrinsik-ekstrinsik (motivasi) dan gaya berpikir analitik sinkretik serta lingkungan. Individu yang memiliki kemampuan imajeri sekaligus penalaran yang tinggi cenderung lebih kreatif daripada orang yang hanya memiliki salah satu kemampuan tersebut. Selanjutnya, Suharnan juga mengatakan bahwa kecenderungan kreativitas

semakin tinggi pada orang-orang yang mempunyai motivasi intrinsik tinggi disertai pula oleh daya berpikir analitik sinkretik yang seimbang.

Iklm organisasi yang menyenangkan akan membuat karyawan merasa senang untuk tinggal di dalamnya serta terpacu untuk meningkatkan prestasi kerja. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Kartikandari (2002, h.45) pada 45 orang karyawan Dinas Pekerjaan Umum dan karyawan Bagian Perlengkapan Sekretariat Daerah Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Hasil penelitian Kartikandari menunjukkan bahwa iklim organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Hal ini mengidentifikasi bahwa semakin baik iklim organisasi maka semakin baik pula kinerja karyawan. Kondisi semacam ini dapat menjadi motivasi bagi karyawan untuk meningkatkan kinerja serta dedikasinya pada organisasi.

Salah satu faktor iklim organisasi menurut Davis (1962, h.58) adalah hubungan yang saling menguntungkan, dalam arti hubungan yang terjalin baik antar sesama manusia, baik itu antara pimpinan dan karyawan, maupun hubungan yang baik antar sesama karyawan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa karyawan bagian desain PT Batik Danar Hadi diperoleh informasi bahwa suasana kerja sangat berpengaruh pada kinerjanya. Karyawan mengatakan bahwa satu hal yang sangat istimewa dari PT Batik Danar Hadi adalah hubungan antar karyawannya yang terjalin sangat baik, baik antar sesama karyawan maupun antara atasan dan bawahan. Keakraban tersebut, menurut mereka merupakan salah satu hal yang dirasa dapat meningkatkan kinerja mereka. Meski demikian, menurut salah satu keluhan yang paling sering diungkapkan oleh karyawan

desain adalah letak ruang desain yang cukup sulit untuk dicapai. Ruang desain berada di lantai tiga, dan karyawan harus melewati tangga kecil melingkar untuk mencapai ruang kerjanya. Ada beberapa orang karyawan desain PT Batik Danar Hadi yang usianya sudah lebih dari 40 tahun, sehingga mereka merasa sudah cukup lelah jika harus naik dan turun melalui tangga melingkar tersebut.

Untuk karyawan desain motif dan garmen, rata-rata sudah bekerja lebih dari sembilan tahun di PT Batik Danar Hadi. Menurut beberapa karyawan desain motif, adakalanya karyawan merasa jenuh karena tidak dapat menghasilkan ide-ide kreatif baru. Oleh karena itu, sering kali mereka merasa kehabisan ide. Karyawan merasakan tekanan yang berat ketika belum dapat menyelesaikan desain yang baru, sedangkan setiap bulan atau dalam jangka waktu yang tertentu, karyawan desain dituntut untuk menghasilkan desain-desain baru. Selain tugas rutin karyawan untuk menghasilkan desain-desain baru untuk kemudian dipasarkan, karyawan juga dituntut untuk membuat desain eksklusif dengan motif, corak dan warna yang unik. Desain eksklusif tersebut kemudian diseleksi oleh Santosa Doellah dan istri, untuk dipatenkan sebagai desain baru Danar Hadi, sehingga desain-desain mereka sulit untuk ditiru oleh perusahaan lain.

Meskipun adakalanya karyawan desain merasa kehabisan ide dalam menghasilkan desain baru, terkadang pimpinan atau teman-teman dari bagian desain memberikan referensi atau ide-ide untuk membantunya dalam menyelesaikan desain baru. Sedangkan menurut salah satu karyawan bagian desain PT Batik Danar Hadi, meskipun sudah banyak desain motif yang sudah pernah ia hasilkan, ia tetap harus bekerja lebih keras supaya dapat menghasilkan

kreasi dan inovasi yang lebih menarik dan menantang untuk desain-desain baru selanjutnya. Salah satu harapan dari karyawan adalah adanya dukungan dari perusahaan dan karyawan, baik itu dukungan moral maupun material. Dalam hal ini, untuk dapat menghasilkan desain yang baik mereka membutuhkan kesempatan dan kebebasan yang sebesar-besarnya untuk dapat berkreasi dan bereksperimen, serta ditunjang dengan perlengkapan yang cukup.

Mengingat pentingnya kreativitas dalam perusahaan maka perlu diadakan penelitian peluang untuk berkreasi yang ditinjau dari iklim organisasi pada karyawan desain PT Batik Danar Hadi Surakarta.

B. Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan positif antara iklim organisasi dengan peluang untuk berkreasi pada karyawan desain PT Batik Danar Hadi Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara iklim organisasi dengan peluang untuk berkreasi pada karyawan desain, serta mengetahui seberapa besar sumbangan efektif iklim organisasi terhadap peluang untuk berkreasi karyawan desain PT Batik Danar Hadi Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memperkaya referensi ilmu psikologi, khususnya di bidang psikologi industri dan organisasi, serta sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian di bidang psikologi industri dan organisasi selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan informasi bagi perusahaan, mengenai pengaruh iklim organisasi terhadap peluang untuk berkreasi karyawan desain pada PT Batik Danar Hadi, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi penurunan kreativitas pada karyawan desain. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini, perusahaan juga dapat melakukan upaya peningkat kreativitas dan iklim organisasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Peluang untu Berkreasi

1. Pengertian Peluang Untuk Berkreasi

Peluang, menurut Poerwadarminta (1991, h.530, 727) adalah kesempatan, sedangkan berkreasi adalah menghasilkan sesuatu sebagai buah pikiran, atau berarti mencipta. Kemampuan seseorang untuk mencipta disebut juga kreativitas (Poerwadarminta, 1991, h.530).

Kreativitas menurut Olsen (1996, h.11) adalah kemampuan untuk mencipta atau berkreasi. Rogers (dalam Munandar, 1999, h.18) menyatakan bahwa kreativitas adalah kecenderungan untuk mengaktualisasikan diri, mewujudkan potensi, dorongan untuk berkembang dan menjadi matang, serta untuk mengekspresikan dan mengaktifkan semua kemampuan organisme. Menurut Luthans (2002, h.114), kreativitas merupakan kemampuan untuk menciptakan pendekatan-pendekatan yang unik untuk memecahkan masalah dan membuat suatu keputusan.

Munandar (1988, h.85) merumuskan kreativitas sebagai suatu proses yang memanifestasikan diri dalam kelancaran, kelenturan, dan keaslian dalam pemikiran. Kelancaran dalam arti mampu memberikan banyak gagasan dalam waktu terbatas. Kelenturan berarti mampu melihat berbagai macam kemungkinan penggunaan suatu benda, berbagai macam sudut pandang serta jawaban dari suatu

masalah, serta keaslian yang berarti mampu memberikan jawaban yang tak terduga, tidak terpikirkan oleh orang pada umumnya.

Menurut Hurlock (dalam Munandar, 1999, h. 20) tindakan kreatif muncul dari keunikan keseluruhan kepribadian dalam interaksi dengan lingkungannya. Kreativitas adalah gabungan dari orang-orang kreatif yang bekerja di dalam suatu lingkungan kreatif yang mendorong kreativitas (Badawy dalam Timpe, 1999, h.221).

Kreativitas menurut Haefele (dalam Munandar, 1988, h.85) adalah kemampuan untuk membentuk kombinasi-kombinasi baru dari dua konsep atau lebih yang sudah ada dalam pikiran. Kombinasi baru tersebut dapat berbentuk suatu konsep yang abstrak, suatu benda konkret (produk atau jasa), serta suatu cara atau metode. Menurut Barron & Harrington (dalam Miner, 1992, h.44) mengatakan bahwa kreativitas adalah pengakuan terhadap prestasi sosial atas suatu produk baru yang sudah terbukti, seperti suatu penemuan, teori-teori, bangunan, karya tulis, lukisan dan patung, serta film, hukum institusi, perawatan kesehatan dan bedah, dan lain sebagainya.

West (2000, h.14) menganggap kreativitas sebagai penyatuan pengetahuan dari berbagai bidang pengalaman yang berlainan untuk menghasilkan ide-ide baru dan lebih baik. Kreativitas melibatkan kita dalam penemuan atau cara-cara baru yang lebih baik dalam mengerjakan berbagai hal. Kreativitas dapat dianggap sebagai kemampuan untuk meninggalkan kebiasaan yang kaku (Olsen, 1996, h.12).

Menurut Satiadarma dan Waruwu (2003, h.109), kreativitas pada dasarnya merupakan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam bentuk ciri-ciri berpikir kreatif maupun berpikir afektif, baik dalam karya baru maupun kombinasi dengan hal-hal yang sudah ada. Sedangkan menurut Barron (dalam Munandar, 1999, h.21), kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru. Sejalan dengan gagasan Satiadarma dan Waruwu serta Barron, Winardi (1990, h.13) juga menjelaskan bahwa kreativitas adalah kemampuan dan kekuatan untuk mengembangkan ide-ide baru.

Kreativitas merupakan proses menggunakan imajinasi dan ketrampilan untuk mengembangkan produk, objek, proses atau pemikiran baru atau unik. Definisi ini menyoroti tiga jenis kreativitas. Pertama, seseorang dapat menciptakan sesuatu yang baru atau disebut juga sebagai kreasi; kedua, seseorang dapat mengombinasikan atau menyintesis benda-benda (sintesis); dan yang ketiga seseorang dapat meningkatkan atau mengubah barang-barang, yang dapat disebut sebagai modifikasi (Kreitner & Kinicki, 2005, h.39)

Kreativitas adalah suatu pertimbangan subjektif dan berkonteks spesifik mengenai kebaruan dan nilai suatu hasil dari perilaku individual atau kolektif. Kreativitas merujuk pada suatu hasil yang diproduksi oleh individu, kelompok atau organisasi. Kreativitas merupakan sesuatu yang dinilai atas dasar manifestasi luar dari ide-ide yang mereka hasilkan atau proses-proses yang mereka ketengahkan, dan dapat diamati oleh publik (Ford, dalam West, 2000, h.15).

Kreativitas ditandai dengan adanya proses pembenihan gagasan baru yang orisinal, yang lebih maju dan sekaligus merupakan lompatan atau jenjang baru dalam alam pikiran si pencetus gagasan, atau dalam alam pikiran orang lain yang dapat memahaminya (Chandra, 1994, h.15). Kreativitas merupakan kemampuan mental dan berbagai jenis keterampilan khas manusia yang dapat melahirkan pengungkapan yang unik, berbeda, orisinal, sama sekali baru, indah, efisien, tepat sasaran dan tepat guna. Dalam manajemen, baik manajemen produksi, pemasaran, sumber daya manusia dan keuangan, kita selalu menerapkan suatu sistem yang hasil dan efisiensinya sudah teruji. Kreativitas terutama berperan dalam pengembangan produk baru, upaya pemasaran dan kegiatan promosi, pendidikan dan pelatihan karyawan, situasi mendesak yang dihadapi perusahaan, serta pelaksanaan dari sistem pengendalian mutu.

Kreativitas diartikan oleh Erich Fromm (dalam Chandra, 1994, h. 12) sebagai suatu kemampuan untuk melihat (menyadari, bersikap peka) dan menanggapi. Tidak jarang bahwa bersikap kreatif berarti berani bertindak tidak populer, sekurang-kurangnya untuk sementara, karena yang diungkapkan adalah hal baru yang belum diterima. Dalam bukunya, Stoddard (dalam Chandra, 1994, h.13) menyatakan bahwa menjadi kreatif berarti menjadi tidak dapat diterka atau diramalkan sebelumnya.

Berdasarkan uraian definisi-definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa peluang untuk berkreasi adalah kesempatan seseorang untuk menciptakan sesuatu, baik berupa kreasi yang benar-benar baru, hasil kombinasi, maupun modifikasi, sebagai manifestasi kemampuan yang ada dalam diri individu.

2. Aspek-aspek Peluang untuk Berkreasi

Peluang untuk berkreasi adalah kesempatan seseorang untuk menciptakan sesuatu, sedangkan kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk berpikir *divergen* dalam berbagai macam sudut pandang yang fleksibel dan bervariasi. Secara garis besar peluang untuk berkreasi dapat dilihat dari bagaimana proses kreativitas itu berlangsung. Peluang untuk berkreasi dapat dijabarkan dalam empat aspek kreativitas atau "empat P", yaitu *person, process, press dan product* (Safaria, 2005, h.14). Hal tersebut sejalan dengan Munandar (1999, h.45-46) yang mengatakan bahwa kreativitas dapat dijabarkan melalui empat aspek tersebut, yaitu:

a. Pribadi (*person*)

Kreativitas sebagai ungkapan keunikan dari keseluruhan kepribadian, sebagai hasil interaksi individu dengan lingkungannya, dan yang tercermin dalam pikiran, sikap atau perilakunya. Kreativitas merupakan potensi (bakat) yang pada dasarnya dimiliki oleh setiap individu. Individu kreatif selalu ingin tahu, memiliki minat dan menyukai aktivitas yang kreatif. Biasanya mereka dapat melihat masalah dari berbagai sudut pandang dan memiliki kemampuan untuk bermain dengan ide, konsep atau kemungkinan-kemungkinan yang ada.

b. Proses (*process*)

Untuk mengembangkan kreativitas, seseorang perlu diberi kesempatan untuk mengekspresikan dirinya secara kreatif serta sarana prasarana yang memadai dalam kegiatan kreatif. Dalam hal ini yang penting adalah diperlukan waktu yang cukup, ketekunan, keuletan, dan kerja keras dari dalam diri individu

c. Produk (*product*)

Produk kreatif dapat digolongkan menjadi tiga kategori, yaitu kebaruan, pemecahan, serta elaborasi dan sintesis. Kebaruan adalah sejauh mana produk itu baru dalam hal jumlah, teknik, bahan dan konsep yang terlibat. Pemecahan menyangkut sejauh mana produk itu memenuhi kebutuhan. Sedangkan elaborasi dan sintesis merujuk pada sejauh mana produk itu menggabungkan unsur-unsur yang tidak sama menjadi keseluruhan yang canggih. Produk kreatif sebagai hasil dari kualitas unik individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

d. Pendorong (*press*)

Kreativitas dapat terwujud dengan adanya dorongan dalam diri individu (motivasi) maupun dorongan dari lingkungan. Penciptaan kondisi keamanan dan kebebasan dapat memupuk daya kreativitas individu. Kondisi keamanan dan kebebasan dalam arti bahwa menerima individu sebagaimana adanya dan memberi kepercayaan serta kebebasan untuk berekspresi.

Menurut Luthans (2002, h.114) terdapat dua aspek penting yang dapat membentuk kreativitas, yaitu:

a. Individu yang fleksibel

Seseorang yang fleksibel dapat melihat kembali cara kerja serta dapat merubah kebiasaan buruk mereka.

b. Kesiediaan untuk menerima resiko

Seseorang yang memiliki keinginan dan kemauan yang kuat, akan dapat menerima kegagalan yang mungkin akan mereka rasakan.

Olsen (1996, h.11) menguraikan bahwa kreativitas terdiri dari dua aspek, yaitu:

a. Kefasihan

Kefasihan ditunjukkan oleh kemampuan menghasilkan sejumlah besar gagasan pemecahan masalah secara lancar dan cepat.

b. Keluwesan

Pada umumnya mengacu pada kemampuan untuk menemukan gagasan yang berbeda-beda dan luar biasa untuk memecahkan suatu masalah. Berpikir luwes juga ditunjukkan oleh kemampuan seseorang untuk menemukan kegunaan produk yang ada.

Mengacu pada beberapa pendapat di atas, maka peneliti akan menggunakan aspek-aspek kreativitas yang dikemukakan oleh Munandar karena dirasa dapat mencakupi aspek-aspek lain serta dapat digunakan sebagai alat ukur variabel kreativitas. Aspek-aspek dari Munandar (1999, h. 21-22) adalah pribadi, proses, produk dan pendorong.

3. Tahap-tahap Proses Kreativitas

Wallas (dalam Satiadarma dan Waruwu, 2003, h.112) mengemukakan empat tahapan proses berpikir kreatif:

a. Tahap persiapan (*preparation*)

Tahap persiapan merupakan tahap peletakan dasar, berupa pengumpulan informasi, data-data, dan bahan-bahan untuk memecahkan masalah. Dalam tahap ini, individu mempelajari latar belakang masalah, seluk-beluk dan problematikanya.

b. Inkubasi (*incubation*)

Tahap inkubasi adalah tahap dimana individu seakan-akan melepaskan diri untuk sementara dari masalah tersebut, dalam arti bahwa ia tanpa sadar "mengerami" permasalahan tersebut dalam alam pra sadar. Tahap ini berlangsung dalam waktu yang tak menentu, bisa lama dan bisa juga hanya sebentar.

c. Iluminasi (*illumination*)

Tahap ini merupakan tahap munculnya *insight*. Dalam tahap ini muncul bentuk-bentuk cetusan ide atau gagasan, pemecahan masalah, penyelesaian, cara kerja serta jawaban baru.

d. Verifikasi (*verification*)

Tahap verifikasi adalah tahap munculnya aktivitas evaluasi terhadap gagasan secara kritis, yang sudah mulai dicocokkan dengan kondisi yang sebenarnya (nyata). Ide atau kreasi baru harus diuji terhadap realitas yang ada.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa proses kreativitas terdiri dari empat tahap, yaitu tahap persiapan, tahap inkubasi, tahap iluminasi, dan tahap verifikasi.

4. Tipe Kreativitas

Rowe (2005, h.23) menyatakan bahwa terdapat empat tipe kreativitas, yaitu:

a. Intuitif

Tipe intuitif cenderung berfokus pada hasil dan mengandalkan pengalaman pada masa lalu sebagai penuntun dalam melakukan berbagai tindakan.

b. Inovatif

Individu dengan tipe inovatif berkonsentrasi pada penyelesaian masalah, sistematis, dan mengandalkan data.

c. Imajinatif

Individu dengan tipe imajinatif mampu memvisualisasikan peluang, artistik, senang menulis dan berpikir "di luar kotak"

d. Inspirasional

Tipe inspirasional berfokus pada perubahan sosial dan rela berkorban demi mencapai tujuannya tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas terdiri dari empat tipe, yaitu intuitif, inovatif, imajinatif, dan inspirasional.

5. Jenis-jenis Kreativitas

Menurut Basemer dan Treffinger (dalam Munandar, 199, h.41-42), terdapat tiga kategori produk kreativitas, yaitu:

a. Kebaruan (*novelty*)

Sejauh mana produk itu baru, dalam hal jumlah dan proses yang baru, teknik baru, bahan baru, konsep baru, atau dalam hal dampak dari produk kreatif di masa depan. Produk itu harus orisinal dan *germinal* (dapat menimbulkan gagasan produk orisinal lainnya).

b. Pemecahan (*resolution*)

Sejauh mana produk itu memenuhi kebutuhan dari situasi bermasalah. Produk harus bermakna dan berguna, sehingga dapat diterapkan secara praktis.

c. Kerincian (*elaboration*) dan Sintesis

Sejauh mana produk itu menggabungkan unsur-unsur yang tidak sama menjadi keseluruhan yang baru.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa produk kreativitas terdiri dari tiga kategori, yaitu kebaruan, pemecahan, serta elaborasi dan sintesis.

6. Ciri-ciri Individu Kreatif

Menurut Munandar (1985, 91-92) ciri-ciri dari kreativitas adalah:

a. Rasa ingin tahu

Individu selalu terdorong untuk mengetahui lebih banyak, selalu mengajukan banyak pertanyaan, selalu memperhatikan orang, objek dan situasi. Rasa ingin tahu ini mendorong individu menjadi lebih peka dalam pengamatan dan ingin meneliti atau mengetahui sesuatu.

b. Imajinatif

Individu mampu memperagakan atau membayangkan hal-hal yang tidak atau belum pernah terjadi.

c. Tertantang dengan kemajemukan

Individu terdorong untuk mengatasi masalah-masalah yang sulit. Mereka merasa tertantang oleh situasi-situasi yang rumit dan lebih tertarik pada tugas-tugas yang sulit.

d. Berani mengambil resiko

Individu ini tidak takut gagal atau mendapatkan kritik. Mereka tidak akan ragu-ragu apabila dihadapkan pada ketidakjelasan atau hal-hal yang tidak konvensional.

e. Sifat menghargai

Individu dapat menghargai bimbingan dan pengarahan dalam hidup, serta menghargai kemampuan dan bakat-bakat diri sendiri yang sedang berkembang.

Selain lima ciri tersebut, Munandar (1999, h. 36-27) juga menjabarkan bahwa terdapat ciri-ciri pribadi kreatif lainnya, yaitu: mempunyai prakarsa; mempunyai minat yang luas; mandiri dalam berpikir; ulet, penuh energi; percaya diri; berani dalam pendirian dan keyakinan;

Berdasarkan penjabaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri dari pribadi yang kreatif adalah rasa ingin tahu, imajinatif, tertantang dengan kemajemukan, mempunyai prakarsa, mempunyai minat yang luas, mandiri dalam berpikir, ulet, penuh energi, percaya diri, bersedia mengambil resiko, serta berani dalam pendirian dan keyakinan.

7. Faktor-faktor yang mempengaruhi Peluang untuk Berkreasi

Tinggi rendahnya peluang untuk berkreasi yang dimiliki oleh karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor ini karena penurunan kreativitas karyawan dapat berdampak pada kinerja organisasi.

Hurlock (1978, h.10) mengatakan bahwa terdapat dua faktor penting yang dapat membantu meningkatkan kreativitas, yaitu:

a. Sikap sosial

Lingkungan sekitar individu harus dapat memberikan dorongan dan rangsangan agar dapat membantu individu untuk berkreasi.

b. Kondisi

Kondisi yang menguntungkan bagi perkembangan kreativitas harus diberikan supaya potensi kreatif dalam diri individu dapat berkembang secara baik.

Sedangkan menurut Guilford (dalam Gandadiputra, 1983, h.54) terdapat lima faktor penting dalam kreativitas, yaitu :

a. Kelancaran

Kesigapan, kelancaran, kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan.

b. Fleksibilitas

Kemampuan untuk menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan.

c. Originalitas

Kemampuan untuk mencetuskan gagasan-gagasan asli.

d. Elaborasi

Kemampuan untuk melakukan hal-hal secara detail terperinci.

e. Definisi ulang

Kemampuan untuk merumuskan batasan-batasan dengan melihat dari sudut lain daripada cara-cara yang lazim.

Arieti (dalam Munandar, 1988, h.18) memberikan rekomendasi tentang sikap-sikap dan kondisi-kondisi yang perlu dipupuk untuk menumbuhkan dan meningkatkan kreativitas individu, yaitu:

a. Kesendirian

Kesendirian memungkinkan orang lebih peka terhadap sumber-sumber dalam dirinya, sehingga seseorang akan menyadari dan yakin bahwa dia memiliki kemampuan kreatif yang dapat dikembangkan.

b. Mengambil waktu untuk berpikir dan ber-rasa

”Ber-rasa” lebih baik daripada ”merasa”, seperti juga kata ”berpikir” tidak hanya ”memikir”. Berpikir dan ber-rasa mengandung arti lebih sadar, lebih aktif dan dilakukan dengan sengaja. Mengembangkan alam perasaan sangat penting dalam pertumbuhan kreativitas dan proses belajar pada umumnya.

c. Merenung dan melamun

Dalam melamun dan merenung individu tidak pasif, tetapi dapat melihat kemungkinan-kemungkinan baru, gagasan-gagasan yang sampai saat ini belum pernah terpikirkan.

d. Berpikir bebas

Bebas berpikir berarti bebas dari hambatan, dari praduga dan stereotip, yang memungkinkan individu menelusuri bermacam-macam alternatif dan cara untuk menghasilkan ide-ide baru.

e. Kesiapan untuk melihat kesamaan atau analogi

Kemampuan untuk membentuk sesuatu yang baru dengan menggabungkan unsur-unsur yang beragam atau yang pada kesan pertama nampaknya tidak relevan.

f. Menunda untuk memberikan kritik, pertimbangan atau penilaian

Adakalanya kecenderungan untuk langsung memberikan kritik terhadap suatu gagasan baru, dapat mematikan spontanitas dan keberanian untuk menyampaikan suatu pendapat, apalagi jika pendapat itu menyimpang dari hal-hal yang bersifat konvensional.

g. Konflik sebagai motivasi

Konflik dapat menjadi kekuatan motivasi untuk berkreasi. Individu dapat mengatasi konflik dan merubahnya menjadi kekuatan yang mendorong untuk mencipta suatu karya kreatif.

h. Kesiagaan dan disiplin

Untuk menghasilkan karya kreatif yang bermakna diperlukan tidak hanya kualitas seperti imajinasi, inspirasi, firasat dan bakat, tetapi juga disiplin, kesiagaan, proses belajar dan kerja keras.

Badawy (dalam Timpe, 1999, h. 219) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang penting dalam menstimulasi kreativitas adalah:

a. Kepuasan

Adanya pengakuan dan penghargaan dari perusahaan akan menimbulkan kepuasan bagi individu.

b. Kebebasan

Memberikan kebebasan bagi individu untuk bekerja di bidang-bidang yang diminatinya akan dapat mendorong individu untuk mengembangkan kreativitasnya.

c. Dukungan

Sangat penting untuk menciptakan hubungan yang baik antar sesama rekan sekerja. Rekan kerja terkadang turut memberikan rangsangan, sehingga individu semakin bersemangat untuk berkreasi.

d. Motivasi

Adanya keberanian dari dalam individu untuk mengambil resiko, sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang baru, unik dan terkadang keluar dari cara-cara konvensional.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi kreativitas terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu kelancaran, fleksibilitas, originalitas, elaborasi, definisi ulang, kesendirian, konflik motivasi, berpikir bebas dan analogi, serta dorongan. Sedangkan faktor eksternal yaitu sikap sosial, kondisi, pengakuan, kebebasan untuk berekspresi, serta hubungan dengan teman-teman.

B. Iklim Organisasi

1. Pengertian Iklim Organisasi

Kolb dan Rubin (1984, h.333) mengatakan bahwa iklim organisasi merupakan suatu perangkat manajemen yang efektif untuk memadukan motivasi

individu dengan tujuan serta tugas-tugas dalam organisasi. Menurut Lumsdaine & Lumsdaine (1995, h.271), iklim organisasi merupakan persepsi karyawan terhadap karakteristik dari prosedur yang ada dalam sebuah perusahaan. Sejalan dengan Lumsdaine & Lumsdaine, Jewell dan Siegall (1990, h.374) mengatakan bahwa iklim organisasi menunjukkan konsensus dari persepsi para anggota mengenai organisasi dan/atau, subsistemnya terkait dengan anggotanya dan lingkungan luarnya. Sedangkan Snyder (dalam Jewell dan Siegall, 1990, h.378) menjelaskan bahwa iklim organisasi dapat dipikirkan sebagai konsep deskriptif yang berdasarkan pada persepsi terhadap lingkungan sosial organisasi.

Mathis dan Jakson (1988, h.594) menjelaskan bahwa iklim organisasi merupakan perasaan karyawan terhadap perusahaan serta aspek-aspek yang ada di dalamnya. Penelitian mengenai iklim organisasi dapat digunakan untuk mengidentifikasi perubahan-perubahan yang dibutuhkan demi kemajuan perusahaan.

Menurut Davis dan Newstrom (1996, h.21-22), iklim organisasi adalah lingkungan manusia dimana para karyawan melakukan pekerjaan mereka. Para karyawan mengharapkan imbalan dan kepuasan atas dasar persepsi mereka terhadap iklim organisasi. Sedangkan Nitisemito (1977, h.97) mengungkapkan bahwa iklim organisasi adalah segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan. Menurut Nitisemino, iklim organisasi sebagian besar ditentukan oleh sikap manajemen terhadap organisasi serta bagaimana hubungan antar karyawan dan antar kelompok dalam suatu organisasi.

Setiap organisasi memiliki budaya, tradisi dan metode yang berbeda-beda, yang secara keseluruhan akan membentuk iklim dalam hubungan antar manusia di dalam organisasi tersebut. Iklim dalam suatu organisasi seperti halnya kepribadian dalam diri manusia. Dalam membangun iklim yang dapat memotivasi karyawan untuk berproduksi dan memperoleh kepuasan, pihak manajemen perlu untuk menyadari beberapa hal dasar, seperti membangun hubungan antar individu yang efektif (Davis, 1962, h. 58).

Hellriegel dan Slocum (dalam Muchinsky, 1991, h. 363) mendefinisikan iklim organisasi sebagai seperangkat atribut yang dapat dirasakan atas fakta-fakta organisasi dan atau subsistem yang ada di dalamnya, yang dapat berpengaruh terhadap kesepakatan yang akan terjalin antara anggota dan lingkungan organisasi. Sedangkan Payne & Pheysey (dalam Gruneberg & Well. 1984, h.136-137) menggambarkan iklim organisasi sebagai suatu konsep yang menggambarkan isi dan kekuatan dari nilai-nilai umum, norma, sikap, tingkah laku dan perasaan dari sistem sosial organisasi.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa iklim organisasi adalah persepsi karyawan terhadap lingkungan organisasi dimana karyawan melaksanakan pekerjaan mereka, yang dapat mempengaruhi karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.

2. Aspek Iklim Organisasi

Menurut Kolb & Rubin (1984, h. 343) terdapat tujuh aspek yang dapat mengidentifikasi iklim organisasi dalam suatu perusahaan, yaitu:

a. Konformitas

Konformitas terbentuk karena adanya perasaan yang sama di antara para karyawan mengenai banyaknya peraturan, prosedur dan hukum dalam menjalankan pekerjaan.

b. Tanggung jawab

Setiap anggota dalam organisasi atau karyawan memiliki tanggung jawab masing-masing untuk mewujudkan tujuan perusahaan.

c. Standar

Tekanan dari organisasi pada kualitas tampilan serta membuat produknya terkenal, membuat karyawan merasa tertantang untuk menjalankan komitmen.

d. Imbalan

Perasaan dari karyawan, bahwa kerja keras karyawan pasti akan diketahui dan mendapatkan imbalan yang pantas atas usahanya.

e. Kejelasan organisasi

Perasaan para karyawan bahwa perusahaan, terorganisir dengan baik serta memiliki tujuan yang jelas.

f. Dukungan dan Kehangatan

Persahabatan di antara seluruh anggota organisasi merupakan nilai yang sangat penting untuk membentuk hubungan yang baik dalam lingkungan kerja.

g. Kepemimpinan

Karyawan menerima kepemimpinan yang ada dalam perusahaan dan segala keputusannya. Mereka menyadari bahwa terpilihnya seorang pemimpin pasti berdasarkan keahlian yang dimilikinya.

Menurut Mathis dan Jackson (1988, h. 595) iklim organisasi merupakan penggambaran akurat dari kondisi suatu organisasi. Baik buruknya suatu organisasi dapat dipengaruhi oleh enam aspek berikut ini:

a. Struktur

Perasaan karyawan terhadap peraturan, prosedur dan batasan yang dibuat oleh perusahaan.

b. Tanggung jawab

Merupakan tanggung jawab yang harus dipikul oleh masing-masing karyawan terhadap keputusan yang telah mereka ambil.

c. Penghargaan

Imbalan yang diterima oleh harus sesuai serta pemberian hadiah maupun penghargaan yang sepatutnya diterima oleh karyawan.

d. Resiko

Perasaan tertantang dan keinginan untuk berani mengambil suatu resiko.

e. Semangat kelompok

Keramahtamahan yang ada dalam suatu kelompok.

f. Standar

Adanya tekanan dari perusahaan terhadap karyawan agar dapat menjalankan tujuan perusahaan serta mencapai prestasi.

Berdasarkan yang diuraikan oleh Litwin dan Stringer (dalam Muchinsky, 1991, h.363), iklim organisasi terdiri dari 3 aspek, yaitu:

a. Struktur

Kondisi dimana karyawan dalam melaksanakan tugasnya bertumpu pada aturan-aturan yang dikenakan terhadap anggota organisasi, sehingga karyawan dapat bekerja sesuai dengan prosedur serta struktur organisasi.

b. Standar

Kondisi yang menggambarkan tanggung jawab karyawan agar dapat memenuhi tujuan akhir perusahaan.

c. Kebijaksanaan atas imbalan

Kondisi keberlangsungan imbalan dan penghargaan yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawannya.

Gilmer (1971, h.46-54) menjabarkan bahwa terdapat beberapa aspek yang dapat menggambarkan totalitas iklim organisasi, yaitu:

a. Tujuan

Setiap organisasi pasti memiliki kecenderungan untuk bertahan. Perlu dipahami sejarah dari berdirinya suatu perusahaan, serta setiap pemimpin pada masing-masing dekade. Setiap pemimpin pasti memiliki, setidaknya, satu tujuan bagi perkembangan perusahaan. Keputusan tersebut dibuat sebagai suatu upaya untuk mengajak karyawan agar dapat bekerja sama.

b. Ukuran dan bentuk organisasi

Tidak sepenuhnya benar bahwa ukuran besar kecilnya suatu perusahaan memiliki kualitas yang dapat menunjukkan kekuatan dari perusahaan.

Perusahaan kuat dan berkuasa, tidak hanya dimiliki oleh perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan kecil pun, mampu menunjukkan ketangkasan dan fleksibilitas dalam beradaptasi dengan perubahan kondisi yang ada. Semakin besar perusahaan, kadang kala semakin besar pula hambatan yang ada.

c. Pola kepemimpinan

Hierarki kepemimpinan, seperti halnya struktur sosial lainnya, memiliki perbedaan peran. Setiap peranan memberikan kontribusi pada situasi tertentu yang dapat menjadi petunjuk bagi efektifitas perusahaan. Pemimpin akan menilai lebih pada individu yang memperlihatkan performansi yang baik terhadap kewajibannya, serta bagaimana performansi suatu perusahaan sebagai suatu kesatuan yang utuh.

d. Komunikasi

Permasalahan komunikasi sering kali menjadi gejala terhadap munculnya permasalahan antar individu atau antar kelompok dalam perusahaan. Permasalahan muncul terutama ketika masing-masing individu memiliki tujuan serta nilai yang berbeda. Sangat penting untuk merumuskan suatu pemahaman mengenai kebutuhan serta motif perusahaan, sehingga tercipta suatu kesepakatan, tanggung jawab serta hubungan yang baik antar individu dalam perusahaan.

e. Prosedur pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan dilaksanakan dengan melihat segala aspek atau secara multidimensional. Masukan dari individu-individu dalam perusahaan akan menghasilkan keputusan yang luas.

Aspek-aspek tertentu dari iklim organisasi memberikan pengaruh khusus pada kemampuan organisasi untuk memperkenalkan kreativitas dengan sukses (West, 2002, h.134). Aspek-aspek ini meliputi:

a. Kualitas

Keberhasilan dari perusahaan tergantung pada kerja keras serta hasil dari pekerjaan kualitas tinggi.

b. Partisipasi

Manajemen melibatkan karyawan dalam membuat keputusan-keputusan serta perubahan-perubahan.

c. Kerja sama antar departemen

Adanya kerja sama antar departemen yang sangat efektif.

d. Dukungan bagi inovasi

Perusahaan memberikan dukungan kepada karyawan terhadap pengembangan ide-ide baru dan aplikasinya.

e. Refleksivitas

Perusahaan selalu mendiskusikan metode dan strategi yang akan digunakan dengan karyawan. Selain itu, Sasaran yang digunakan dimodifikasi sesuai dengan perubahan situasi dan kondisi.

Mengacu pada uraian di atas, peneliti mengambil aspek dari Kolb & Rubin (1984, h.343) sebagai aspek yang akan digunakan untuk membuat alat ukur variabel iklim organisasi, yaitu: konformitas, tanggung jawab, standar, imbalan, kejelasan organisasi, dukungan dan kehangatan serta kepemimpinan.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Iklim Organisasi

Iklim organisasi merupakan konsep sistem yang mencerminkan keseluruhan gaya hidup suatu organisasi, oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor berikut ini, karena iklim organisasi dapat berdampak pada kreativitas serta kinerja karyawan.

Untuk membangun iklim organisasi yang dapat menciptakan hubungan yang baik di antara individu, Davis (1962, h.58) memaparkan bahwa terdapat 4 faktor penting, yaitu:

a. Hubungan yang saling menguntungkan

Kunci dari konsep hubungan antar manusia adalah adanya hubungan yang saling menguntungkan antar sesama manusia, baik itu antara pimpinan dan karyawan, maupun hubungan yang baik antar sesama karyawan. Karyawan merasa apabila mereka memiliki hubungan yang baik dengan organisasi, maka mereka akan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka.

b. Perbedaan antar individu

Pihak manajemen akan menghasilkan kepuasan kerja pada karyawan jika mereka dapat memperlakukan karyawannya secara berbeda-beda, karena pada dasarnya setiap manusia memiliki karakteristik masing-masing yang unik.

c. Motivasi

Semua perilaku manusia disebabkan oleh sesuatu hal. Suatu hal tersebut akan mengarahkan individu dalam berperilaku untuk menghasilkan kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, dengan adanya kepuasan kerja, maka baik karyawan maupun pimpinan akan terpenuhi kebutuhannya masing-masing.

d. Martabat manusia

Martabat manusia merupakan etis dasar dalam menjalin hubungan antar manusia. Martabat manusia yang dirasakan oleh karyawan tidak sepenuhnya diberikan oleh pihak manajemen, tetapi dihasilkan juga dari perasaan dalam diri karyawan terhadap lingkungan organisasi yang sesuai.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi iklim suatu organisasi, yaitu hubungan yang saling menguntungkan, perbedaan antar individu, motivasi, dan martabat manusia.

C. Hubungan antara Iklim Organisasi dengan Peluang Untuk Berkreasi

Pada Karyawan

Perusahaan sebagai suatu organisasi pada hakikatnya merupakan kumpulan dari berbagai macam kegiatan yang terkait satu sama lain hingga menjadi satu kesatuan yang utuh. Mekanisme kegiatan tersebut mempengaruhi dan membentuk terciptanya iklim organisasi yang dirasakan oleh organisasi tersebut. Iklim organisasi adalah bagaimana karyawan mendeskripsikan

lingkungan internal perusahaan mereka. Oleh karena itu sangat penting untuk mengetahui kewajiban-kewajiban serta imbalan yang telah karyawan terima dari perusahaan. Iklim organisasi akan berpengaruh terhadap perilaku dan proses interaksi dalam perusahaan. Menurut Likert (dalam Gilmer, 1971, h.45), dimungkinkan untuk mengukur iklim organisasi secara langsung, yaitu melalui persepsi karyawan terhadap perusahaan.

Karyawan mempunyai perbedaan dalam menangkap iklim organisasi, yang mungkin dirasakan dapat memberi semangat dalam bekerja, atau justru sebaliknya sebagai suatu tekanan, yang dapat membuat perilaku karyawan tidak sejalan dengan iklim organisasi yang diharapkan. Oleh karena itu pengenalan iklim organisasi dapat dijadikan pedoman bagi pimpinan dalam menangani serta mengelola lingkungan kerja yang berbeda-beda (Gibson, *et al*, 1985, h.11). Persepsi positif karyawan terhadap lingkungan kerjanya dapat menimbulkan perasaan senang, gembira dan penuh percaya diri terhadap pekerjaan dan tanggung jawabnya, oleh karena itu persepsi tersebut dapat mempengaruhi motivasi serta kinerja karyawan. Sebaliknya, jika karyawan memiliki persepsi negatif terhadap lingkungan organisasinya, maka mereka akan merasakan pekerjaan sebagai suatu beban, yang akhirnya akan menurunkan kinerja mereka.

West (2002, h.42) mengatakan bahwa lingkungan sosial dan psikologis terdekat dari individu yang bersangkutan sangat penting dalam mempertimbangkan bagaimana cara merangsang kinerja di tempat kerja. Jika iklim organisasi tidak mendukung, maka akan muncul ketidakpuasan dari

karyawan terhadap perusahaan, sehingga dapat menyebabkan frustrasi atau meningkatnya absen.

Kondisi lingkungan organisasi atau sosial tempat seseorang bekerja dapat secara langsung mempengaruhi peluang karyawan untuk berkreasi. Amabile (dalam Rowe, 2005, h.40-41) mengatakan bahwa lingkungan dan motivasi akan mempengaruhi proses kreativitas. Amabile menjelaskan bahwa peningkatan kinerja biasanya akan tercapai jika kreativitas difasilitasi untuk berkembang. Amabile juga mengatakan bahwa kreativitas bergantung pada kemampuan untuk menggunakan keterampilan yang relevan dengan permasalahan yang di hadapi, mengembangkan keahlian dan bakat seseorang dalam bidang yang spesifik. Individu-individu yang kreatif bersedia mengambil resiko, dan mengejar cita-citanya meskipun membutuhkan waktu yang sangat lama karena mereka memiliki motivasi yang sangat kuat untuk menyelesaikan apa yang telah mereka mulai.

Peluang untuk berkreasi akan terwujud, berawal dari adanya minat dari dalam individu untuk menghasilkan sesuatu. Munandar (1988, h.6) mengatakan bahwa minat terhadap suatu pekerjaan mendorong individu untuk mengembangkan kemampuannya dalam bidang tertentu, serta mewujudkan kreativitasnya. Sejauh mana hal itu dapat terwujud tergantung juga dari lingkungan kerjanya. Kita perlu melihat apakah suasana kerjanya cukup kondusif untuk pengembangan kreativitas karyawannya. Bagaimana hubungan antar karyawan, apakah terdapat rasa saling menghargai dan saling mempercayai, dan bagaimana pula hubungan antara atasan dan bawahan, serta apakah pimpinan

memberi kesempatan pada setiap karyawan untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan serta prestasi kerjanya.

Ketika kita mengetahui faktor-faktor dari dalam diri individu serta lingkungan, maka kita dapat mengusahakan suasana atau iklim yang mendorong berkembangnya kreativitas pada karyawan (Munandar, 1988, h.2). Organisasi-organisasi harus menyediakan sumber-sumber yang sesuai bagi usaha kreatif dan mendorong tindakan independen untuk memperlancar kreativitas karyawan yang bekerja di dalamnya. Iklim yang mendorong interaksi, otonomi individual dan pemunculan ide-ide baru rupanya akan melahirkan suatu peluang untuk berkreasi dalam perusahaan.

Jika pimpinan perusahaan menginginkan karyawan-karyawan untuk kreatif dan selalu meningkatkan mutu produknya, maka yang pertama-tama perlu diusahakan adalah memberikan peluang bagi karyawan untuk berkreasi. Peluang untuk berkreasi dapat terwujud dengan cara menciptakan suatu iklim organisasi yang menghargai kreativitas dan memberi kesempatan bagi karyawan untuk memikirkan, merancang, meneliti dan mengembangkan produk-produk baru yang lebih bermutu dan memuaskan. Menurut Badawy (dalam Timpe, 1999, h.221) bahwa kreativitas dapat berkembang dalam lingkungan kerja yang kreatif, yaitu dalam suasana yang nyaman, hubungan yang baik antar pribadi, adanya dorongan, mengenali kebutuhan karyawan serta dengan menetapkan sasaran yang pasti.

Lingkungan yang ramah, suportif dan fleksibel akan menghasilkan kreativitas yang tinggi. Jika iklim diwarnai dengan ketidakpercayaan, kurangnya komunikasi, otonomi individual terbatas, dan tujuan-tujuan yang tidak jelas,

kemungkinan besar kreativitas akan terhambat (West, 2002, h.43). Organisasi harus menyediakan sumber-sumber yang sesuai bagi usaha kreatif dan mendorong tindakan independen untuk memperlancar peluang berkreasi orang-orang yang bekerja di dalamnya.

Menurut Munandar (1988, h.6), hendaknya seorang pimpinan tidak hanya memberi penghargaan jika sudah ada produk nyata dari kreativitas karyawan, tetapi juga perlu menghargai keinginan, dorongan dan usaha untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna kerja, meski belum tampak hasil nyata dari proses kreativitas pada karyawan. Seorang pimpinan sebaiknya tidak terlalu cepat memberi kritik jika cara dan hasil kerja karyawan belum sebagaimana diinginkan, tetapi memberi dorongan dan kepercayaan kepada karyawan untuk mengoreksi dan memperbaiki kinerjanya. Dalam suasana kerja seperti ini daya kreativitas karyawan akan dipupuk dan berkembang.

Dalam perusahaan, peluang untuk berkreasi dapat dirangsang oleh individu dalam berbagai tingkat. Mereka didorong untuk melemparkan semua gagasan mereka mengenai pokok persoalan (Schaeffer, dalam Timpe, 2005, h.248-249). Kreativitas adalah tentang membuka jalur baru dalam pikiran yang sebelumnya tidak digunakan, yang akan selalu diikuti oleh perubahan serta mengerjakan sesuatu dengan cara yang berbeda. Orang yang kreatif biasanya akan memberikan masukan yang luar biasa kepada perusahaan, namun ada kalanya kontribusi tersebut dapat membawa suatu konsekuensi yang tidak terduga dan tidak diinginkan (Steiner *et al*, 1986, h.168). Peluang untuk berkreasi akan melahirkan kreativitas dalam diri individu, yang akhirnya dapat digunakan untuk

membantu proses pengambilan keputusan ketika muncul suatu konflik yang dapat melemahkan kelangsungan perusahaan. Peluang untuk berkreasi tidak hanya berupa kemampuan intelektual saja, akan tetapi dapat dipengaruhi pula oleh kondisi emosional serta motivasi.

Kreativitas merupakan sebuah bakat yang hampir dimiliki oleh semua orang, dan tingkat kreativitas dapat berbeda-beda untuk setiap orang. Menurut Chandra (1994, h.27), pada dasarnya setiap orang mempunyai potensi kreativitas, oleh karena itu kemampuan untuk mencipta dan mencari pemecahan masalah dengan baik, dapat dimiliki oleh setiap orang. Peluang untuk berkreasi dapat dilihat dari besarnya kreativitas yang ada dalam diri individu. Individu yang memiliki kreativitas tinggi memiliki banyak ide besar dan produktivitas yang lebih baik bagi perusahaan. Kreativitas terletak pada produktivitas ide yang tinggi dan keahlian dalam menyaringnya untuk menemukan ide terbaik dari semuanya (Jay, 2005, h.185-186).

Tingginya kreativitas akan terlihat dalam sikap kerja yang muncul, pemikiran serta ide-ide segar yang dihasilkan karyawan serta semangat kerja dan motivasi karyawan dalam bekerja di perusahaan (Hamel dalam Rowe, 2005, h.173). Kreativitas perlu ditopang pula oleh motivasi dalam diri karyawan. Motivasi kerja disebut juga sebagai pendorong semangat kerja. Menurut Rowe (2005, h.82), individu-individu yang termotivasi memiliki potensi yang sangat besar, mereka didorong oleh motivasi dari dalam diri, berupa hasrat untuk mencipta.

Menurut Schaeffer keuntungan dari kreativitas yang didapat seseorang tidak harus berbentuk uang, tetapi kepuasan bekerja dalam satu lingkungan dimana ia mengembangkan sejumlah potensinya (dalam Timpe, 1999, h.247). Dalam mencipta, manusia mengalami kepuasan yang tidak ada taranya, karena sekaligus merupakan perwujudan dirinya, aktualisasi dari potensi-potensi kreativitasnya, yang pada hakikatnya ada pada setiap manusia. Kreativitas dapat menjadi manifestasi dalam semua bidang kegiatan manusia. Orang yang dapat memanfaatkan peluang untuk berkreasi ialah individu yang menggunakan daya imajinasinya untuk memecahkan persoalan sehari-hari, termasuk didalamnya dalam menciptakan sesuatu hal yang baru (dalam Gandadiputra, 1983, h.69-70).

Menurut Badawy (dalam Timpe, 1999, h. 219), salah satu faktor penting untuk menstimuli kreativitas adalah dengan memberi peluang untuk berkreasi, dengan cara memberikan kebebasan bagi individu untuk bekerja di bidang-bidang yang sangat diminatinya. Kebebasan berfikir dan bertindak merupakan ciri yang menonjol pada orang-orang yang kreatif. Faktor penting disini adalah bahwa individu merasa aman secara psikologis dan bebas untuk mengekspresikan diri (Gandadiputra, 1983, h.76). Kebebasan manusia sebagai kebebasan untuk memilih, kemampuan untuk memilih alternatif atau kebebasan manusia untuk melaksanakan perbuatan tertentu secara sukarela. Dengan adanya kebebasan, maka akan terbuka peluang bagi individu untuk berkreasi, dapat bereksplorasi secara luas dan mencoba hal-hal baru, sehingga akan tercipta suatu ide atau karya baru.

Jika pimpinan perusahaan menginginkan karyawan-karyawan kreatif yang senantiasa merasa terdorong untuk meningkatkan mutu produknya, maka yang pertama-tama perlu diusahakan adalah menciptakan iklim organisasi yang menghargai kreativitas dan memberi kesempatan (peluang), baik waktu, sarana dan prasarana serta insentif kepada karyawan untuk memikirkan, merancang, meneliti dan mengembangkan produk-produk baru yang lebih bermutu dan memuaskan (Munandar, 1988, h.4). Apabila perusahaan dapat menerima bahwa setiap pribadi mempunyai potensi kreatif yang unik dan dapat mengidentifikasi potensi tersebut, maka kemudian perusahaan harus memperhatikan kondisi internal pribadi dan kondisi eksternal (lingkungan) yang bersifat mendorong dan memupuk pengembangan bakat kreativitas individu. Selanjutnya perusahaan dapat memberi kesempatan pada setiap individu untuk melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan kreatif sesuai dengan bidang keahliannya dan minatnya, maka produk-produk kreativitas yang bermakna dapat dijamin akan muncul

D. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara peluang untuk berkreasi dengan iklim organisasi. Semakin positif iklim organisasi maka semakin tinggi pula peluang untuk berkreasi pada karyawan. Sebaliknya semakin negatif iklim organisasi maka semakin rendah peluang untuk berkreasi pada karyawan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu sebelum pengumpulan data dan analisis data. Dengan melakukan identifikasi variabel akan membantu peneliti dalam menentukan alat pengumpulan data dan analisis data yang akan digunakan. Adapun variabel penelitian yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kriterium : Peluang untuk Berkreasi
2. Variabel Prediktor : Iklim Organisasi

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Untuk memperjelas arti variabel-variabel yang diinginkan dalam suatu penelitian, maka perlu dikemukakan batasan atau definisi secara operasional untuk tiap variabel yang digunakan. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Peluang Untuk Berkreasi

Peluang untuk berkreasi adalah kesempatan seseorang untuk menciptakan sesuatu, baik berupa kreasi yang benar-benar baru, hasil kombinasi, maupun modifikasi, sebagai manifestasi kemampuan yang ada dalam diri individu. Kemampuan untuk mencipta tersebut dipengaruhi oleh minat, bakat, motivasi, kerja keras, kebebasan untuk berekspresi, serta ditunjang dengan sarana-

prasarana yang memadai. Peluang untuk berkreasi akan diungkap melalui skala peluang untuk berkreasi, dengan menggunakan aspek-aspek kreativitas yang diungkapkan oleh Munandar (1999, h.21-22) yang meliputi pribadi, proses, produk dan dorongan.

2. Iklim Organisasi

Iklim organisasi merupakan persepsi karyawan terhadap lingkungan organisasi dimana karyawan melaksanakan pekerjaan mereka. Persepsi karyawan terhadap apa yang mereka terima dan rasakan dari pimpinan dan karyawan lainnya, dapat mempengaruhi karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Iklim organisasi akan diungkap melalui skala iklim organisasi yang disusun dengan menggunakan aspek-aspek iklim organisasi yang dikemukakan oleh Kolb dan Rubin (1984, h. 343), yang meliputi konformitas, tanggung jawab, standar, imbalan, kejelasan organisasi, kehangatan dan dukungan serta kepemimpinan.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian yaitu memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian (Azwar, 1997, h.34). Penentuan subjek penelitian berawal dari ditentukannya populasi. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2002, h.55). Menurut Azwar (1997,

h.35) apabila jumlah subjek penelitian terbatas dan masih dalam jangkauan sumber daya, maka dapat dilakukan studi populasi, yaitu mempelajari seluruh subjek secara langsung. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik studi populasi, karena jumlah populasi masih dalam jangkauan sumber daya peneliti, dalam arti adanya waktu, tenaga dan dana yang cukup untuk mempelajari seluruh subjek.

Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan desain laki-laki dan perempuan yang bekerja pada PT Batik Danar Hadi Kota Surakarta. Karakteristik subjek dalam penelitian ini adalah:

1. Karyawan bagian desain

Karyawan bagian desain pada PT Batik Danar Hadi dituntut untuk memaksimalkan potensi kreativitas mereka dalam menghasilkan desain produk-produk baru bagi perusahaan. Bagian desain meliputi desain batik tulis, desain motif, desain bordir, serta desain *house hold*.

Dalam penelitian ini, bagian desain batik tulis tidak digunakan dalam penelitian, karena tugas mereka adalah membuat corak batik dengan model klasik, sesuai dengan *pakem* atau aturan baku tertentu. Hanya beberapa orang karyawan desain saja yang dapat membuat motif batik tulis tersebut. Karyawan desain batik tulis selalu membuat batik tulis dengan cara dan motif yang sama, sesuai dengan *pakem*. Menurut Olsen (1996, h.25), hambatan kreativitas berasal dari kebiasaan, atau hanya berdasarkan pada perilaku yang terjadi secara otomatis. Kebiasaan adalah melaksanakan pekerjaan yang sama dengan cara yang sama dan dalam kondisi yang sama pula.

2. Karyawan dengan status karyawan tetap

Pada PT Bati Danar Hadi terdapat 2 jenis karyawan, yaitu karyawan tetap dan karyawan kontrak. Berdasarkan status itu pula terdapat perbedaan fasilitas yang didapatkan karyawan. Karyawan kontrak direkrut oleh pihak kedua diluar perusahaan, sehingga tidak memiliki hubungan langsung dengan perusahaan. Agar subjek yang diambil mendekati homogen maka peneliti memutuskan memilih karyawan tetap.

Berdasarkan karakteristik tersebut maka akan ditentukan individu-individu yang pantas dijadikan subjek penelitian peluang untuk berkreasi ditinjau dari iklim organisasi.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan untuk mengungkap fakta mengenai variabel yang akan diteliti. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui metode skala. Menurut Azwar (2003, h.3) skala psikologi adalah alat ukur yang mengukur aspek atau atribut psikologis melalui indikator-indikator perilaku yang diterjemahkan dalam aitem-aitem pertanyaan atau pernyataan. Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh melalui dua macam skala, yaitu skala peluang untuk berkreasi untuk mengukur peluang untuk berkreasi subjek penelitian, dan skala iklim organisasi untuk mengukur iklim organisasi. Menurut Azwar, terdapat beberapa karakteristik skala psikologi, yaitu (2004, h.5-6):

1. Stimulusnya berupa pertanyaan atau pernyataan yang tidak langsung mengungkapkan atribut yang hendak diukur, melainkan mengungkap indikator perilaku dan atribut yang bersangkutan.
2. Satu skala psikologi hanya diperuntukkan guna mengungkap satu atribut tunggal.
3. Respon subjek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban benar atau salah.
4. Subjek biasanya tidak menyadari arah jawaban yang dikehendaki dan kesimpulan apa yang sesungguhnya diungkap oleh pertanyaan atau pernyataan tersebut.
5. Validitas skala psikologi lebih ditentukan oleh kejelasan konsep psikologi yang hendak diukur dan operasionalisasinya.

Dalam penelitian ini, akan digunakan dua macam skala, yaitu skala peluang untuk berkreasi dan skala iklim organisasi.

1. Skala Peluang Untuk Berkreasi

Skala ini bertujuan untuk mengukur peluang untuk berkreasi karyawan.

Aspek-aspek yang diukur pada penelitian ini meliputi:

a. Pribadi

Peluang berkreasi merupakan potensi individu sebagai ekspresi dari keunikan dirinya dalam berinteraksi dengan lingkungan. Ungkapan kreatif mencerminkan orisinalitas dari individu tersebut. Dari ungkapan pribadi yang unik inilah akan muncul ide-ide baru dan produk-produk yang inovatif.

b. Proses

Peluang berkreasi sebagai proses menunjuk pada perlunya seseorang berusaha untuk melihat lebih jauh dan lebih mendalam, daripada menghasilkan produk secepat-cepatnya. Kreativitas tidak hanya tergantung dari timbulnya inspirasi, tetapi menuntut ketekunan, keuletan, waktu, kerja keras, kebebasan untuk berekspresi, serta tersedianya sarana prasarana yang memadai.

c. Produk

Peluang berkreasi pada dasarnya adalah kesempatan yang dimiliki oleh seseorang untuk menghasilkan sesuatu, sebagai manifestasi atas kemampuannya, dengan menekankan prinsip orisinalitas serta dapat diakui sebagai sesuatu yang bermakna.

d. Pendorong

Peluang untuk berkreasi akan terwujud jika ada dorongan dan dukungan dari lingkungannya, atau jika ada motivasi yang kuat dari dalam dirinya untuk menghasilkan sesuatu. Kreativitas dapat berkembang dalam lingkungan yang mendukung, tetapi dapat pula terhambat dalam lingkungan yang tidak menunjang.

Rancangan jumlah aitem skala kreativitas yang akan digunakan dalam uji coba sebagai langkah awal penelitian dapat dilihat pada tabel 1, sebagai berikut:

Tabel 1
Blue Print Jumlah Aitem Skala Peluang Untuk Berkreasi

Aspek	Aitem		Jumlah Aitem
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1. Pribadi	4	4	8
2. Proses	4	4	8
3. Produk	4	4	8
4. Pendorong	4	4	8
Jumlah	16	16	32

Sistem penilaian untuk aitem *favorable* adalah SS = 4, S = 3, TS = 2, dan STS = 1, sedangkan pada aitem *unfavorable* diberlakukan sebaliknya yaitu SS = 1, S = 2, TS = 3, dan STS = 4. Semakin tinggi skor yang diperoleh dalam skala kreativitas berarti semakin tinggi peluang untuk berkreasi pada karyawan dalam perusahaan, dan sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah pula peluang untuk berkreasi pada karyawan.

2. Skala Iklim Organisasi

Skala ini bertujuan untuk mengukur iklim organisasi dalam perusahaan. Aspek-aspek iklim organisasi yang diukur pada penelitian ini meliputi:

a. Konformitas

Konformitas terbentuk karena adanya perasaan yang sama di antara para karyawan mengenai banyaknya peraturan, prosedur dan hukum dalam menjalankan pekerjaan. Dengan adanya konformitas, karyawan dapat bekerja sama menjalankan tugas.

b. Tanggung jawab

Setiap anggota dalam organisasi atau karyawan memiliki tanggung jawabnya masing-masing untuk mewujudkan tujuan akhir dari perusahaan.

c. Standar

Tekanan dari organisasi pada kualitas tampilan serta membuat produknya terkenal, membuat karyawan merasa tertantang untuk menjalankan komitmen mereka, yaitu melaksanakan tujuan akhir dari perusahaan.

d. Imbalan

Perasaan dari karyawan, bahwa kerja keras mereka pasti akan diketahui dan mendapatkan imbalan yang pantas atas usahanya.

e. Kejelasan organisasi

Perasaan para karyawan bahwa perusahaan, terorganisir dengan baik serta memiliki tujuan yang jelas.

f. Kehangatan dan dukungan

Persahabatan di antara seluruh anggota organisasi merupakan nilai yang sangat penting. Rasa saling percaya dan saling memberi dukungan di antara para karyawan merupakan pembentuk suatu hubungan yang baik dalam lingkungan kerja.

g. Kepemimpinan

Karyawan menerima kepemimpinan yang ada dalam perusahaan dan segala keputusannya. Mereka menyadari bahwa terpilihnya seorang pemimpin pasti berdasarkan keahlian yang dimilikinya, dan sebuah organisasi tidak hanya

tergantungan oleh satu atau dua orang saja, tetapi oleh seluruh karyawan yang berada di dalamnya.

Rancangan jumlah aitem skala iklim organisasi yang akan digunakan dalam uji coba sebagai langkah awal penelitian dapat dilihat pada tabel 2, sebagai berikut:

Tabel 2
Blue Print Jumlah Aitem Skala Iklim Organisasi

Aspek	Aitem		Jumlah Aitem
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1. Konformitas	4	4	8
2. Tanggung Jawab	4	4	8
3. Standar	4	4	8
4. Imbalan	4	4	8
5. Kejelasan Organisasi	4	4	8
6. Kehangatan dan Dukungan	4	4	8
7. Kepemimpinan	4	4	8
Jumlah	28	28	56

Sistem penilaian untuk aitem *favorable* adalah SS = 4, S = 3, TS = 2, dan STS = 1, sedangkan pada aitem *unfavorable* diberlakukan sebaliknya yaitu SS = 1, S = 2, TS = 3, dan STS = 4. Semakin tinggi skor yang diperoleh dalam skala iklim organisasi maka semakin positif iklim organisasi perusahaan, sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin negatif iklim organisasinya.

Skala ini tidak mencantumkan jawaban Netral (N) pada alternatif jawaban yang disediakan karena tiga alasan, sebagai berikut (DeVellis, 1991, h.69):

1. Kategori *undecided* (netral) mempunyai arti ganda sehingga tidak dapat dinilai kecenderungannya (sesuai atau tidak sesuai).

2. Tersedianya jawaban di tengah dapat menimbulkan kecenderungan untuk memilih jawaban tengah tersebut bagi subjek yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawabannya.
3. Maksud kategori SS-S-TS-STTS adalah untuk melihat kecenderungan pendapat ke salah satu kutub.

E. Metode Analisis Data

1. Uji Daya Beda Aitem

Daya beda aitem dalam penelitian ini diketahui dengan cara mengkorelasikan skor yang diperoleh tiap aitem dengan skor totalnya. Koefisien korelasi antara skor aitem dengan skor totalnya diperoleh dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson.

Semakin tinggi koefisien korelasi positif antara skor aitem dengan skor skala berarti semakin tinggi konsistensi antara aitem tersebut dengan tes secara keseluruhan, yang berarti semakin tinggi daya bedanya. Bila koefisien korelasinya rendah atau mendekati nol, berarti fungsi aitem tersebut tidak sesuai dengan fungsi ukur tes dan daya bedanya tidak baik. Bila koefisien korelasi bernilai negatif berarti terdapat cacat serius pada aitem yang bersangkutan (Azwar, 2004, h.59). Guna mempermudah perhitungannya, maka digunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 12.0*.

2. Uji Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas alat ukur yang juga menunjukkan derajat kekeliruan pengukuran tidak dapat ditentukan dengan pasti, melainkan hanya dapat

diestimasi. Ada tiga pendekatan dalam mengestimasi reliabilitas alat ukur. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan tes ulang (*test retest*), atau dengan kata lain perangkat tes diberikan kepada sekelompok subjek sebanyak dua kali, dengan selang waktu tertentu (Suryabrata, 1999, h. 42).

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dandalkan. Prinsipnya, suatu alat ukur dikatakan reliabel bila alat ukur tersebut mampu menunjukkan sejauhmana pengukurannya dapat memberi hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali terhadap individu yang sama. Dalam hal ini, relatif sama berarti tetap ada toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil pada beberapa kali pengukuran (Azwar, 1997, h.4). Bila perbedaan itu sangat besar dari waktu ke waktu maka hasil pengukuran tidak dapat dipercaya dan dikatakan tidak reliabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan formulasi *alpha* yang dikembangkan oleh Cronbach.

Semakin besar koefisien reliabilitas, berarti semakin kecil kesalahan pengukuran, maka semakin reliabel alat ukur tersebut. Sebaliknya, semakin kecil koefisien reliabilitas, maka semakin besar kesalahan pengukuran dan semakin tidak reliabel alat ukur tersebut. Guna mempermudah perhitungannya, maka digunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 12.0*.

3. Analisis Data Penelitian

Metode analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah data, menganalisa data hasil penelitian untuk diuji kebenarannya, kemudian akan diperoleh suatu kesimpulan dari penelitian tersebut.

Penelitian ini menggunakan analisis statistik dengan program komputer *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 12.0*. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara iklim organisasi dengan peluang berkreasi adalah analisis regresi sederhana. Peneliti menggunakan metode analisis regresi sederhana karena metode ini dipandang tepat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara iklim organisasi dengan peluang untuk berkreasi pada karyawan desain, dan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel tersebut beserta angka besaran untuk menunjukkan seberapa besar iklim organisasi mempengaruhi peluang untuk berkreasi. Menurut Sugiyono (2002, h.243) analisis regresi digunakan apabila peneliti ingin mengetahui bagaimana variabel tergantung dapat diprediksikan melalui variabel bebas, secara individual.

Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel tergantung (peluang untuk berkreasi) dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel bebas (iklim organisasi). Analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal atau satu variabel bebas dengan satu variabel tergantung.

Asumsi yang harus dipenuhi untuk melakukan analisis data dengan teknik analisis regresi sederhana adalah:

- a. Uji normalitas, digunakan untuk mengkaji apakah data sampel dari populasi mengikuti suatu distribusi normal statistik (Santosa, 2002, h. 378). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan statistik uji *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test*.

- b. Uji linearitas, merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linear tidaknya suatu distribusi data penelitian (Winarsunu, 1996, h.98). Bila harga F empirik lebih kecil daripada F teoritik, berarti data yang diteliti berbentuk linear.

Semua perhitungan dalam analisis tersebut menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 12.0.

BAB IV

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Prosedur dan Pelaksanaan Penelitian

1. Orientasi Kancah Penelitian

Penelitian dilakukan di Kantor Pusat PT Batik Danar Hadi, yang terletak di Jl.Dr.Rajiman No.164 Kota Surakarta. Perusahaan ini bergerak di bidang industri batik, dan sekarang telah memiliki 12 cabang rumah batik Danar Hadi serta sekitar 42 gerai yang tersebar di Jakarta, Bandung, Tasikmalaya, Cirebon, Sukabumi, Kuningan, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Bali dan Batam.

Para sarjana ahli seni rupa, baik yang berkebangsaan Indonesia maupun yang bangsa asing, belum mencapai kata sepakat tentang apa sebenarnya arti kata batik itu. Ada yang mengatakan bahwa sebutan batik berasal dari kata "tik" yang terdapat di dalam kata titik. Titik berarti juga tetes. Memang di dalam membuat kain batik dilakukan pula penetesan lilin di atas kain putih. Ada juga yang mencari asal kata batik di dalam sumber-sumber tertulis kuno. Menurut pendapat ini, kata batik dihubungkan dengan kata tulis atau lukis. Dengan demikian, asal mula batik dihubungkan pula dengan seni lukis dan gambar pada umumnya.

Seni membatik adalah teknologi kuno yang berkembang di Indonesia sejak berabad silam. Dari Cina dan India, datang pengaruh Hindu dan Budha, sedang dari Arab dan Persia datang nuansa Islam. Jejaknya tercermin dalam ragam corak batik di pesisir utara pulau Jawa maupun di pusat aristokrasi, Surakarta dan

Yogyakarta. Batik adalah suatu mahakarya seni kerajinan yang sarat dipengaruhi perjalanan zaman dan perubahan lingkungan.

Sebagai hasil interaksi dengan zaman dan lingkungan historis, batik dibedakan menurut pola, motif, corak dan warna. Batik Kraton memadukan budaya Hindu yang menyusup ke Kraton Jawa pada abad ke-5, melalui ornamen garuda, naga, teratai dan pohon hayat. Batik Kraton meliputi ragam batik dari Kasunanan Surakarta, Kasunanan Yogyakarta, Pura Pakualaman dan Pura Mangkunegaran. Banyaknya warna selain soga klasik, serta motif-motif baru, menghadirkan suatu karya Batik Modern.

Sebagai salah satu identitas kultural, batik tidak terpisahkan dari kota Surakarta. Mulai dari kerajinan batik skala industri rumahan hingga yang raksasa, kini memenuhi setiap pelosok kota ini. Sejarah Batik Danar Hadi juga berawal dari kota ini. Usaha batik Danar Hadi didirikan oleh H. Santosa Doellah. Empat generasi di atas Santosa Doellah juga menekuni usaha batik, namun masih berskala usaha rumahan. Sejak usia tujuh tahun, setelah Ibundanya meninggal, Bapak Doellah tinggal bersama kakeknya yang bernama Wongsodinomo. Kakeknya adalah seorang pengusaha batik, sekaligus pendiri dari Gabungan Koperasi Batik Indonesia (GKBI). Beliaulah yang memperkenalkan Bapak Doellah dengan batik.

Setelah H.Santosa Doellah menikah dengan Hj.Danarsih Santosa, mereka memutuskan untuk mendirikan usaha batik. Pada awalnya, produksi batik yang mereka hasilkan, selain dijual sendiri kepada konsumen, mereka juga menjual kepada perusahaan batik yang sudah memiliki merek. Hingga akhirnya, pada

tahun 1967 Santosa Doellah mendirikan perusahaan dengan nama Danar Hadi. Nama tersebut merupakan gabungan dari penggalan nama Ibu Hj. Danarsih sendiri dengan nama orangtuanya, Bapak H. Hadipriyono. Memadukan keuletan, keahlian, pengalaman dan jiwa wiraswasta serta keterbukaan menerima perkembangan mode dan cita rasa, Batik Danar Hadi berkembang dari sekedar usaha wiraswasta menjadi aset nasional yang kini melayani konsumen batik menengah ke atas.

Sejak tahun 1975, Batik Danar Hadi telah melebarkan sayap usahanya ke ibukota dan kota-kota besar lainnya. Ekspansi usaha juga dilakukan, antara lain pada tahun 1981 mendirikan PT Kusumahadi Santosa berupa pabrik tenun dan *finishing*, pada tahun 1990 mendirikan PT Kusumaputra Santosa berupa pabrik pemintalan, serta pada tahun 1995 mendirikan PT Kusumaputri Santosa berupa industri garmen serta jaringan distribusi untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Danar Hadi mulai menjalin kerja sama dengan perancang Indonesia terkenal sejak tahun 1987, misalnya dengan Prayudi, Sjamsidar Isa dan Lili Salim. Nama perancang busana yang terlibat juga meningkat dengan generasi berikutnya, seperti Ghea S. Panggabean, Stephanus Hamy dan Itang Yunaz. Biasanya mereka menyumbangkan karyanya secara bergantian minimal dua kali dalam setahun di Rumah Danar Hadi. Selain itu, Danar Hadi pun mulai menggunakan model-model berpengalaman untuk memperagakan puluhan rancangan terbaru.

PT Batik Danar Hadi selalu memperhatikan tren mode terbaru. Sejak lima tahun yang lalu, Danar Hadi mulai memproduksi baju-baju batik dengan sasaran anak-anak remaja. Menurut Manajer Promosi PT Batik Danar Hadi, Sjamsidar Isa,

hal tersebut merupakan bagian dari usaha Danar Hadi untuk melestarikan batik sebagai milik Indonesia. Selain itu, Danar Hadi mulai mengekspor produknya ke negara-negara lain, seperti Jepang, Amerika Serikat, Australia dan Italia. Sumbangan pasar ekspor mencapai angka 30% dari total penjualan.

Dengan visi “Masa Depan Batik Danar Hadi, Masa Depan Batik Indonesia”, kelompok usaha Danar Hadi berusaha lebih keras untuk menembus pasar mancanegara dengan menjalin kerja sama dengan mitra-mitra usaha batik di Asia Tenggara maupun negara lainnya. Hal tersebut berdasar pada satu misi perusahaan, yaitu “Bersandar Pada Keuletan, Keahlian, Pengalaman Dan Sentuhan Cita Rasa Seni”. Dengan berpijak pada misi perusahaan, Danar Hadi berusaha untuk menyumbangkan suatu karya yang bernilai terhadap seni tradisional batik, yaitu pengembangan produk Batik Danar Hadi yang bersifat multidimensional.

Secara luas, batik dapat dipresentasikan ke dalam berbagai format, sebagai piranti griya, perangkat eksklusif serta perangkat khusus lainnya, disamping tetap mengembangkan batik secara fungsional mendasar (busana). Batik dalam memfungsikan dirinya berkaitan erat dengan pengembangan teknologi dan gaya hidup pada masa yang akan datang.

Saat krisis moneter datang mengguncang perekonomian Indonesia, PT Batik Danar Hadi tetap tidak bergeming, tetap berjalan dan tidak ada usaha untuk mem-PHK karyawannya, seperti yang dilakukan perusahaan batik lainnya. Menurut pakar pemasaran, Rheinal Kasali, kelebihan Danar Hadi ada dua hal. Pertama, konsentrasi dan fokus Danar Hadi tetap konsisten, yaitu

mempertahankan jalur batik tradisional, tidak seperti perusahaan batik lain yang telah merubah fokus dari produk batik menjadi kerajinan nusantara. Kedua, Danar Hadi telah membagi dua segmen pasar, yaitu kelas atas dan kelas bawah.

Salah satu keunggulan dari PT Batik Danar Hadi adalah dari segi motif. Para karyawan desain batik PT Batik Danar Hadi, selalu berusaha untuk tetap mempertahankan ciri khasnya dalam setiap desain, yaitu adanya corak atau ciri tradisionalnya. Pilihan warna dan bahan kain selalu mengikuti tren dan para karyawan desain selalu mencoba bereksperimen dengan bahan-bahan baru seperti, *lycra* dan *stretch*. Danar Hadi telah terjun di fashion, dan justru semakin berkembang dengan pola motif modifikasi.

Para desainer sama sekali tidak tertarik pada corak kontemporer, karena berlawanan dengan konsep batik tradisional yang mereka lestarikan. Para karyawan desain menganggap lebih tepat untuk menggabungkan motif-motifnya dengan desain batik Belanda yang bergaya individual dan unik, motif Cina yang berornamen oriental, motif Jepang dengan batik hokokainya, atau motif Arab yang bernuansa Islami, karena mempunyai latar belakang sejarah batik klasik yang hampir serupa. Selain mengkombinasikan dengan motif-motif dari negara lain, mereka mencoba memodifikasi desainnya dengan motif-motif Cirebon, Pekalongan, Kudus dan Demak yang berwarna cerah dan pastel, sampai dengan Batik Sudagaran. Dalam satu bulan, PT Batik Danar Hadi mampu menghasilkan satu setengah juta yard batik *printing*, 25.000 kemeja dan 20.000 gaun.

Komitmen Batik Danar Hadi terhadap industri batik nasional telah dibuktikan dengan diraihnya sejumlah penghargaan, baik skala nasional maupun internasional, diantaranya:

- a. Piala Kualitas Internasional XII, Madrid, tahun 1984
- b. Piala Kualitas Internasional XIII, Madrid, tahun 1985
- c. Piala Kualitas Internasional IX, Madrid, tahun 1986
- d. Penghargaan Internasional VI, Tokyo, tahun 1986
- e. Penghargaan Internasional VII, Jakarta, tahun 1987
- f. Penghargaan Emas untuk iklan terbaik kategori “Budaya Indonesia” (Tradisi Sebuah Perjalanan), tahun 1990
- g. Penghargaan Emas untuk kategori “Busana dan Aksesoris” (Tradisi Sebuah Seni”, tahun 1990
- h. Penghargaan Perak untuk kategori “Busana dan Aksesoris” (Tradisi Sebuah Gaya”, tahun 1990
- i. Penghargaan Perunggu untuk kategori “Busana dan Aksesoris” (Tradisi Sebuah Perjuangan), tahun 1990
- j. Responden Teladan Tingkat Nasional, tahun 1996
- k. Penghargaan Upakarti, tahun 1985, kepada pimpinan Batik Danar Hadi

Pemilihan wilayah penelitian lebih didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan berikut:

- a. Kota Surakarta merupakan salah satu kota di Jawa Tengah dimana PT Batik Danar Hadi berada. Surakarta merupakan salah satu kota dimana seni batik berkembang dengan pesat. Industri batik sudah mulai berkembang di kota ini

sejak bertahun-tahun yang lalu, hingga akhirnya berdiri beberapa perusahaan yang mampu bertahan dan berkembang hingga saat ini.

- b. Belum pernah dilakukan penelitian serupa di kantor pusat PT Batik Danar Hadi Surakarta.
- c. Adanya subjek penelitian yang sesuai dengan karakteristik subjek penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.
- d. Adanya penerimaan yang baik dari pihak Kantor Pusat maupun para desainer PT Batik Danar Hadi Surakarta.

2. Persiapan Penelitian

Persiapan penelitian perlu dilakukan agar penelitian berjalan dengan lancar dan terarah. Persiapan penelitian yang dilakukan meliputi persiapan administrasi dan persiapan alat ukur.

a. Persiapan Administrasi

Persiapan administrasi didahului dengan pengajuan proposal penelitian dan surat izin survei awal ke Kantor Pusat PT Batik Danar Hadi Surakarta, dengan nomor surat 945/J07.1.16/AK/2006. Selanjutnya pihak PT Batik Danar Hadi memberi izin survei sekaligus izin penelitian secara lisan pada 11 Agustus 2006. sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu melakukan survei awal di kantor pusat PT Batik Danar Hadi Surakarta, sebagai langkah awal untuk mengetahui lokasi dan situasi di perusahaan. Penelitian baru dapat dilakukan pada bulan November 2006 dengan mengajukan surat izin penelitian dengan nomor surat 1481/J07.1.16/AK/2006.

Kantor Pusat PT Batik Danar Hadi Surakarta memberikan jadwal yang cukup fleksibel, sehingga kemudian ditetapkan bahwa jadwal uji coba skala pada tanggal 6 - 9 November 2006, dan penelitian pada tanggal 5 - 8 Desember 2006.

b. Persiapan Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu skala iklim organisasi dan skala peluang untuk berkreasi. Kedua skala ini diujicobakan secara bersama-sama kepada subjek penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui indeks daya beda aitem masing-masing skala dan keterpercayaan alat ukurnya.

Subjek penelitian pada uji coba merupakan subjek yang sama dengan subjek untuk penelitian. Jumlah subjek penelitian, baik untuk uji coba maupun penelitian, berjumlah 40 orang. Subjek diambil dari 3 divisi desain, yaitu desain motif (corak batik dan desain pakaian), desain bordir, serta desain pernak pernik dan perlengkapan rumah tangga (*house hold*). Jumlah masing-masing divisi desain adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Jumlah Karyawan Bagian Desain PT Batik Danar Hadi

No.	Divisi	Jumlah Karyawan
1.	Desain motif	24
2.	Bordir	9
3.	<i>House hold</i>	7
Jumlah Total		40

Pembagian skala dilakukan pada jam-jam istirahat sekitar pukul 13.00–14.00, supaya tidak mengganggu tugas utama dari masing-masing karyawan bagian desain.

Setelah uji coba skala alat ukur, maka aitem yang valid dan gugur dapat ditentukan melalui teknik korelasi *product moment* dengan menggunakan SPSS versi 12.0. Berikut perhitungan daya beda aitem dan reliabilitas variabel penelitian:

1) Daya beda dan reliabilitas Skala Peluang untuk Berkreasi pada Uji Coba

Skala peluang untuk berkreasi sebelum uji coba berjumlah 32 aitem dan setelah uji coba berjumlah 27 aitem. Batas daya beda yang digunakan pada skala peluang untuk berkreasi adalah 0,3. Ringkasan daya beda pada skala peluang untuk berkreasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Indeks Daya Beda dan Reliabilitas Skala Peluang Untuk Berkreasi

Skala	R_{1x}Min	R_{1x}Max	Koefisien Reliabilitas
Putaran Pertama (N = 32)	0,25	0,749	0,902
Putaran Kedua (N = 27)	0,319	0,765	0,919

Berdasarkan hasil analisa didapat 27 aitem valid dan 5 aitem gugur dengan batas daya beda aitem 0,3. Rincian selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Sebaran Butir Aitem Valid dan Gugur Skala Peluang Untuk Berkreasi

Aspek	Nomor Aitem <i>Favorable</i>		Nomor Aitem <i>Unfavorable</i>		Jumlah Aitem	
	Valid	Gugur	Valid	Gugur	Valid	Gugur
1. Pribadi	1, 3, 19	17	16,30,32	14	6	2
2. Proses	5, 21, 23	7	10, 26, 28	12	6	2
3. Produk	9, 11, 25	27	6, 8, 22, 24	-	5	1
4. Pendorong	13, 15, 29, 31	-	2, 4, 18, 20	-	6	0
Jumlah					27	5

Dengan Demikian aitem-aitem tersebut dapat digunakan untuk penelitian dan disusun kembali seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 6
Sebaran Aitem Skala Peluang Untuk Berkreasi Untuk Penelitian

Aspek	Nomor Aitem		Jumlah		Jumlah	Bobot (%)
	<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>	<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>		
1. Pribadi	1 (18), 3 (20), 19 (13)	16(2), 30(19), 32(17)	3	3	6	22,22
2. Proses	5 (22), 21 (11), 23 (9)	10(8), 26(23), 28(21)	3	3	6	22,22
3. Produk	9 (26), 11 (5), 25 (7)	6(12), 8(10), 22(27), 24(25)	3	4	7	25,93
4. Pendorong	13 (6), 15 (24), 29 (3), 31 (1)	2 (16), 4 (14), 18 (15), 20 (4)	4	4	8	29,63
Jumlah			13	14	27	100

Keterangan: Nomor di dalam tanda “()” dan bercetak tebal adalah nomor aitem baru setelah diacak.

2) Daya beda dan reliabilitas Skala Iklim Organisasi

Skala iklim organisasi sebelum uji coba berjumlah 56 aitem dan setelah uji coba berjumlah 43 aitem. Batas daya beda yang digunakan pada skala iklim organisasi adalah 0,3. Ringkasan daya beda pada skala iklim organisasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7
Indeks Daya Beda dan Reliabilitas Skala Iklim Organisasi

Skala	R _{1x} Min	R _{1x} Max	Koefisien Reliabilitas
Putaran Pertama (N = 56)	- 0,13	0,935	0,955
Putaran Kedua (N = 45)	0,263	0,949	0,962
Putaran Ketiga (N = 43)	0,301	0,948	0,964

Berdasarkan hasil analisa 43 aitem valid dan 13 aitem gugur dengan batas daya beda aitem 0,3. Rincian selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8
Sebaran Butir Aitem Valid dan Gugur Skala Peluang Untuk Berkreasi

Aspek	Nomor Aitem <i>Favorable</i>		Nomor Aitem <i>Unfavorable</i>		Jumlah Aitem	
	Valid	Gugur	Valid	Gugur	Valid	Gugur
1. Konformitas	25, 30, 32	27	2, 31	4, 29	5	3
2. Tanggung Jawab	23, 34, 36	21	6, 33	8, 35	5	3
3. Standar	19, 38, 40	17	10, 12, 37	39	6	2
4. Imbalan	13, 42	15, 44	14, 16, 41, 43	-	6	2
5. Kejelasan Organisasi	9, 11, 46	48	18, 20, 47	45	6	2
6. Kehangatan dan Dukungan	5, 50, 52	7	22, 24, 49, 51	-	7	1
7. Kepemimpinan	1, 3, 54, 56	-	26, 28, 53, 55	-	8	0
Jumlah					43	13

Dengan Demikian aitem-aitem tersebut dapat digunakan untuk penelitian dan disusun kembali seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 9
Sebaran Aitem Skala Iklim Organisasi Untuk Penelitian

Aspek	Nomor Aitem		Jumlah		Jumlah	Bobot (%)
	<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>	<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>		
1. Konformitas	25, 30(1), 32(3)	2 (24), 31(43)	3	2	5	11,63
2. Tanggung Jawab	23(27), 34(5) 36(7)	6(22), 33(42)	3	2	5	9,30
3. Standar	19(29), 38(9), 40(11)	10(20), 12(18), 37(40)	3	3	6	16,28
4. Imbalan	13(31), 42(13)	14(16), 16(14), 41(38), 43(36)	2	4	6	13,95
5. Kejelasan Organisasi	9(35), 11(33), 46(15)	18(12), 20(10), 47(34)	3	3	6	13,95
6. Kehangatan dan Dukungan	5(37), 50(17), 52(19)	22(8), 24(6), 49(32), 51(30)	3	4	7	16,28
7. Kepemimpinan	1(41), 3(39), 54(21), 56(23)	26(4), 28(2), 53(28), 55(26)	4	4	8	18,61
Jumlah			20	23	43	100

Keterangan: Nomor di dalam tanda “()” dan bercetak tebal adalah nomor aitem baru setelah diacak.

3. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan skala peluang untuk berkreasi yang terdiri dari 27 aitem dan skala iklim organisasi yang terdiri dari 43 aitem.

Penelitian dilakukan dalam jangka waktu tertentu yang telah ditetapkan bersama dengan pihak perusahaan, yaitu dari tanggal 5 - 8 Desember 2006.

B. Subjek Penelitian

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 40 karyawan PT Batik Danar Hadi, yang terdiri dari karyawan bagian desain motif (corak batik dan desain pakaian), desain bordir, serta desain *house hold*.

C. Hasil Analisis Data dan Interpretasi

1. Uji Asumsi

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis Regresi Sederhana. Sebelum analisis dilakukan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi berupa uji normalitas dan uji linearitas sebagai syarat dalam penggunaan analisis regresi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyimpangan frekuensi observasi distribusi gejala yang diteliti dari frekuensi teoritik kurva normal, atau dengan kata lain untuk mengetahui normal tidaknya sebaran skor variabel peluang untuk berkreasi dan iklim organisasi. Uji normalitas sebaran data dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test*. Hasil selengkapnya dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test* tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 10
Uji Normalitas Sebaran Data Peluang Untuk Berkreasi dan Iklim Organisasi

Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	p	Bentuk
Peluang untuk Berkreasi	0,632	0,819	Normal
Iklim Organisasi	0,803	0,540	Normal

Hasil uji normalitas tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini memiliki distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari uji normalitas yang menghasilkan *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,632 dengan $p = 0,819$ ($p > 0,05$) untuk peluang untuk berkreasi dan 0,803 dengan $p = 0,540$ ($p > 0,05$) untuk iklim organisasi.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel penelitian. Hubungan yang linear menggambarkan bahwa perubahan pada variabel prediktor akan diikuti oleh perubahan variabel kriterium dengan membentuk garis linear. Uji linearitas pada hubungan antara iklim organisasi dan peluang untuk berkreasi menghasilkan $F_{lin} = 22,657$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil uji linearitas kedua variabel dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 11
Uji Linearitas Peluang Untuk Berkreasi dan Iklim Organisasi

Nilai F	Signifikansi	P
22,657	0,000	$P < 0,05$

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel adalah linear, sehingga dengan terpenuhinya kedua asumsi tersebut, yaitu normalitas dan

linearitas, maka analisis data dapat dilanjutkan dengan uji hipotesis melalui teknik analisis regresi.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara peluang untuk berkreasi dan iklim organisasi. Analisis regresi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan antara iklim organisasi dengan peluang untuk berkreasi melalui $r_{xy} = 0,611$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Arah hubungan positif menunjukkan bahwa semakin positif iklim organisasi maka peluang untuk berkreasi pada karyawan desain juga semakin tinggi.

Tingkat signifikansi korelasi $p = 0,000$ ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara iklim organisasi dan peluang berkreasi, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif antara iklim organisasi dengan peluang untuk berkreasi dapat diterima. Perhitungan statistik selengkapnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 12
Deskripsi Statistik Penelitian

Variabel	Mean	Standar Deviasi	N
Peluang Berkreasi	71,22	10,423	40
Iklim Organisasi	117,28	16,070	40

Uji anova atau F test dalam penelitian ini menghasilkan F hitung sebesar 22,657 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi peluang untuk berkreasi. Keterangan selanjutnya dapat dilihat dalam tabel 13 berikut ini:

Tabel 13
Rangkuman Analisis Regresi Sederhana Variabel-Variabel Penelitian

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	F	Sig
1	Regression	1582,635	1	1582,635	22,657	0,000
	Residual	2654,340	38	69,852		
	Total	4236,975	39			

Hubungan antara iklim organisasi dengan peluang untuk berkreasi dapat digambarkan dalam persamaan garis regresi sesuai hasil yang tercantum dalam tabel berikut ini:

Tabel 14
Koefisien Persamaan Garis Regresi

Model		<i>Unstandarized Coefficient</i>		<i>Standarized Coefficient</i>	t	Sig
		B	<i>Std. Error</i>	Beta		
1	Constant	24,737	9,855		2,510	0,016
	Iklim Organisasi	0,396	0,083	0,611	4,760	0,000

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat nilai konstanta dan variabel prediktor (iklim organisasi) yang dapat memprediksi variasi yang terjadi pada variabel kriterium (peluang untuk berkreasi) melalui persamaan garis regresi. Persamaan garis regresi pada hubungan kedua variabel tersebut adalah $Y=24,737+ 0,396 X$, yang berarti bahwa setiap penambahan satu nilai iklim organisasi akan meningkatkan peluang untuk berkreasi sebesar 0,396.

Tabel 15
Koefisien Determinasi Penelitian

Model	R	R Square	Adjusted of Square	Std. Error of the Estimate
1	0,611	0,374	0,357	8,358

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa koefisien determinasi R square sebesar 0,374. Angka tersebut mengandung pengertian bahwa dalam penelitian ini, iklim organisasi memberikan sumbangan efektif sebesar 37,4% terhadap peluang untuk berkreasi. Sumbangan efektif iklim organisasi sebesar 37,4% terhadap peluang untuk berkreasi, hal itu mengindikasikan bahwa tingkat konsistensi variabel peluang untuk berkreasi sebesar 37,4% dapat diprediksi oleh variabel iklim organisasi, sedangkan sisanya 62,6% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

3. Deskripsi Subjek Penelitian

Pengujian hipotesis yang disertai dengan perhitungan besarnya sumbangan efektif variabel prediktor terhadap variabel kriterium, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan klasifikasi kategori untuk mengetahui kondisi iklim organisasi dan peluang untuk berkreasi pada karyawan bagian desain PT Batik Danar Hadi. Kategori tersebut disusun berdasarkan skor yang diperoleh dari jawaban subjek penelitian, yang dirangkum dalam tabel 16 mengenai gambaran umum skor variabel-variabel penelitian.

Tabel 16
Gambaran Umum Skor Variabel-Variabel Penelitian

Variabel	Statistik	Hipotetik	Empirik
Peluang untuk Berkreasi	Skor Minimum	27	48
	Skor Maksimum	108	93
	<i>Mean</i>	67,5	71,22
	Standar Deviasi	13,5	10,423
Iklim Organisasi	Skor Minimum	43	87
	Skor Maksimum	172	153
	<i>Mean</i>	107,5	117,28
	Standar Deviasi	21,5	16,070

Gambaran skor tersebut kemudian digunakan untuk menyusun klasifikasi kategori peluang untuk berkreasi dan iklim organisasi karyawan. Banyaknya kategori dan luasnya interval kategori tergantung pada tingkat diferensiasi yang diperlukan dalam penelitian dan penetapannya berdasarkan standar deviasi dengan memperhitungkan rentangan skor minimum-maksimum hipotetiknya (Azwar, 2002, h.109). Kategorisasi variabel-variabel penelitian dapat dilihat dalam gambar berikut ini:

Gambar 1
Kategorisasi dan Distribusi Subjek dalam Variabel Peluang Berkreasi

Sangat Rendah N = 0	Rendah N = 6	Sedang N = 17	Tinggi N = 14	Sangat Tinggi N = 3
47,25	60,75	74,25	87,75	

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa Mean empirik variabel peluang untuk berkreasi pada penelitian ini adalah sebesar 71,22 dengan Standar Deviasi (SD) empirik sebesar 10,423, sehingga tampak bahwa pada saat penelitian dilakukan, peluang untuk berkreasi pada subjek penelitian dalam kategori sedang

dengan rentang nilai 60,75 sampai dengan 74,25. Jumlah subjek yang memiliki peluang berkreasi yang rendah adalah enam orang (15%), dalam kategori sedang adalah 17 orang (42,5%), kategori tinggi adalah 14 orang (35%), dan kategori sangat tinggi adalah 3 orang (7,5%). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peluang berkreasi pada karyawan bagian desain di PT Batik Danar Hadi Surakarta tergolong sedang cenderung tinggi. Hal ini berarti bahwa dimungkinkan ada aspek-aspek kreativitas tertentu yang tidak terpenuhi oleh karyawan desain PT Batik Danar Hadi Surakarta.

Kategorisasi berikutnya dilakukan atas variabel iklim organisasi dan hasilnya dapat dilihat dalam gambar 2 berikut ini:

Gambar 2
Kategorisasi dan Distribusi Subjek dalam Variabel Iklim Organisasi

Sangat Negatif N = 0	Negatif N = 4	Sedang N = 18	Positif N = 16	Sangat Positif N = 2
75,25	96,75	118,25	139,75	

Berdasarkan gambar 2, dapat dilihat bahwa *Mean* empirik variabel iklim organisasi pada penelitian ini adalah sebesar 117,28 dengan Standar Deviasi (SD) empirik sebesar 16,070, sehingga tampak bahwa pada saat penelitian dilakukan, iklim organisasi pada subjek penelitian dalam kategori sedang dengan rentang nilai 96,75 sampai dengan 118,25. Jumlah subjek yang memiliki persepsi negatif terhadap lingkungan organisasi adalah empat orang (10%), dalam kategori sedang adalah 18 orang (45%), kategori positif adalah 16 orang (40%), dan kategori sangat positif adalah 2 orang (5%). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persepsi karyawan desain PT Batik Danar Hadi Surakarta terhadap lingkungan

organisasinya termasuk dalam kategori sedang cenderung ke arah positif. Hal ini dimungkinkan karena masih ada beberapa aspek dari iklim organisasi yang harus diperhatikan.

BAB V

PENUTUP

A. Pembahasan

Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis dengan teknik analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara iklim organisasi dengan peluang untuk berkreasi pada karyawan bagian desain di PT Batik Danar Hadi Surakarta. Tanda positif pada angka koefisien korelasi menunjukkan bahwa arah hubungan kedua variabel adalah positif. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif iklim organisasi maka semakin tinggi peluang untuk berkreasi pada karyawan. Sebaliknya, semakin negatif iklim organisasi maka semakin rendah peluang untuk berkreasi pada karyawan.

Data hasil penelitian ini membuktikan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi peluang untuk berkreasi pada karyawan desain PT Batik Danar Hadi Surakarta adalah iklim organisasi. Iklim organisasi yang positif dapat mempengaruhi peluang untuk berkreasi pada karyawan, begitu juga sebaliknya, jika yang terbentuk adalah iklim organisasi negatif maka dapat berpengaruh pada penurunan peluang untuk berkreasi pada karyawan. Peluang untuk berkreasi dipengaruhi juga oleh faktor-faktor lain, seperti motivasi, tim kerja, dan minat individu.

Untuk dapat efektif di tempat kerja, peluang untuk berkreasi perlu ditopang pula oleh faktor internal, salah satunya adalah dengan meningkatkan motivasi dalam diri karyawan. Menurut Rowe (2005, h.82), individu-individu

yang termotivasi memiliki potensi yang sangat besar, mereka didorong oleh motivasi dari dalam diri, berupa hasrat untuk mencipta. Hasil dari motivasi secara umum dinilai dengan perilaku yang ditunjukkan, jumlah usaha yang dikeluarkan atau strategi pilihan yang digunakan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas (Kreitner dan Kinicki, 2005, h.249). Menurut Anoraga (2001, h.35), motivasi kerja disebut juga sebagai pendorong semangat kerja. Kuat lemahnya motivasi kerja seseorang ikut menentukan besar kecilnya prestasi kerjanya. Oleh karena itu, hasil dari motivasi pada karyawan dapat ditunjukkan dalam bentuk penciptaan suatu karya yang dihasilkan untuk menyelesaikan pekerjaan mereka.

Menurut Kreitner dan Kinicki (2005, h. 248-249), para karyawan lebih cenderung termotivasi pada saat mereka yakin bahwa prestasi kerja mereka akan diakui dan diberi penghargaan yang setimpal. Perilaku termotivasi akan cenderung meningkat pada saat karyawan diberi kesempatan, serta bahan-bahan dan perlengkapan yang mencukupi untuk menyelesaikan pekerjaan dan memberikan bimbingan yang efektif. Senada dengan Kreitner dan Kinicki, Badawy (dalam Timpe, 1999, h.210-211) juga memaparkan bahwa dukungan organisasi dan manajerial akan mendatangkan kreativitas. Dukungan dapat diberikan dengan memberikan peluang kepada karyawan untuk berkreasi, memberikan arahan serta fasilitas kepada karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa orang karyawan desain PT Batik Danar Hadi Surakarta, didapatkan informasi bahwa hubungan antar karyawan sangat baik. Ketika ada karyawan yang membutuhkan bantuan, rekan

kerja akan siap membantu. Mereka merasa *enjoy* dengan suasana kekeluargaan yang ada dalam perusahaan. Menurut mereka, rasa kekeluargaan dan kebersamaan itulah yang mempengaruhi semangat mereka dalam bekerja. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Adipoetra (2004, h.101), yang menemukan bahwa tim kerja yang baik akan mendukung dan menghasilkan kreativitas yang baik dalam sebuah organisasi. Kinerja kreatif dari tim kreatif dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan pengaruh terhadap kreativitas individu dalam perusahaan tersebut. Adanya kerja sama dan dorongan dari antar karyawan dapat meningkatkan kreativitas, karena salah satu aspek yang membentuk peluang untuk berkreasi adalah aspek pendorong. Peluang untuk berkreasi akan terwujud jika ada dorongan dan dukungan dari lingkungannya, atau jika ada dorongan kuat dari dalam dirinya sendiri (motivasi) untuk menghasilkan sesuatu (Munandar,1999, h.46).

Karyawan dengan kreativitas tinggi merupakan karyawan yang percaya dan yakin akan kemampuan yang ada dalam dirinya. Kepercayaan diri yang rendah dapat menghambat kreativitas pada diri seseorang, karena tantangan akan dirasakan sebagai ancaman, dan perubahan harus dihindari. Untuk menggunakan kreativitas, yang terpenting adalah percaya pada kemampuan kreatif kita (West, 2000, h.31). Kita sebagai manusia, memiliki kapasitas untuk menyesuaikan diri dengan mengubah lingkungan dengan cara-cara yang selalu baru dan berbeda. Ada perbedaan dalam kreativitas di antara setiap orang, namun pada kenyataannya adalah kita semua sangat kreatif.

Motivasi yang kuat dalam diri individu, diiringi pula oleh minat mereka terhadap bidang kerjanya. Seperti yang diungkapkan oleh Munandar (1999, h.35) bahwa individu kreatif memiliki minat dan menyukai aktivitas yang kreatif. Dalam melakukan sesuatu yang bagi mereka amat berarti, penting dan disukai, mereka tidak terlalu menghiraukan kritik dan ejekan dari orang lain.

Orang kreatif memilih fokus tunggal, tipe kegiatan, profesi atau minat tertentu (Olsen, 1996, h.46). Berdasarkan hasil penelitian dari Negara, Prihanto dan Sinambela (2000, h.286), dikemukakan bahwa salah satu faktor pembentuk kreativitas adalah minat. Minat berarti keingintahuan tentang orang lain, apa yang dilakukan oleh orang lain, mengapa dan bagaimana melakukannya. Keingintahuan tersebut meliputi keingintahuan tentang *trend* mode dan perkembangannya, produk-produk dan jasa baru, serta hal-hal lain yang menyita perhatiannya. Pattis (1993, h.32) mengatakan bahwa minat mempengaruhi konsentrasi dalam bekerja. Kemampuan berkonsentrasi pada proyek kreatif yang sedang dikerjakan merupakan hal yang sangat penting.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa sebagian besar karyawan desain memilih untuk bekerja di Danar Hadi karena mereka memiliki minat dibidang seni, khususnya dalam *fashion* dan batik. Meski mereka memiliki minat yang sesuai, terkadang mereka merasa terganggu dengan letak ruang desain yang cukup sulit serta ketidaknyamanan yang ada di ruang kerja, sehingga konsentrasi bekerja menurun. Misalnya ruang desain pakaian, ruangan tersebut cukup sempit apabila harus ditempati oleh beberapa orang karyawan. Padahal dalam satu ruangan itu, terdapat lima meja dan satu lemari yang berisi contoh model pakaian.

Menurut karyawan desain pakaian, mereka terkadang merasa malas apabila harus berjalan mengambil sesuatu yang jaraknya cukup jauh dari meja, apalagi untuk berdiri dari meja kerja saja cukup sulit karena jaraknya sempit. Sehingga terkadang mereka akan menunda pekerjaan itu dan akan mengerjakan yang lainnya. Rasa malas menurut mereka, merupakan salah satu faktor mengapa mereka sering tidak bisa menyelesaikan pekerjaan mereka tepat waktu.

Disimpulkan dari hasil wawancara di atas, maka kepadatan dan kesesakan pada ruang desain menghambat kebebasan individu, sehingga timbul rasa malas pada karyawan desain, yang pada akhirnya membuat pekerjaan menjadi tertunda. Hambatan yang dirasakan karyawan tersebut seiring dengan penjelasan dari Mc Cormick dan Sanders (1987, h.4,331) yang mengatakan bahwa yang menjadi fokus penting bagi faktor manusia dalam bekerja adalah bagaimana interaksi mereka dengan produk, perlengkapan, fasilitas, prosedur, dan lingkungan kerja. Salah satu hal yang penting adalah dengan memperhatikan hal-hal yang dapat menunjang performansi kerja, keamanan dan kondisi fisik, yaitu dengan memperhatikan desain ruang kerja karyawan. Menurut Anastasi (1999, h.338), sangat penting untuk memperhatikan rancangan dan pengaturan untuk digunakan manusia secara optimal. Selanjutnya, menurut Anastasi kepadatan memberikan pengalaman yang merugikan jika kepadatan itu menghambat pencapaian tujuan seseorang. Kesesakan itu akan dirasakan tidak menyenangkan jika menghambat tingkah laku individu dan membatasi kebebasan.

Hasil dari proyek kreatif yang berupa produk kreatif, tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan, tetapi juga memberikan kepuasan kepada individu.

Menurut Biondi (dalam Munandar, 1999, h.31), faktor kepuasan amat berperan, bahkan lebih dari keuntungan material semata. Maslow telah membagi kebutuhan ke dalam lima kategori, seperti kebutuhan biologis, keamanan, cinta, penghargaan dan aktualisasi diri. Jika lima hal tersebut merupakan kebutuhan manusia, maka dapat dikatakan bahwa manusia berkreasi karena berbagai alasan tergantung kebutuhan tertentu pada saat tertentu (Olsen, 1996, h.19-20). Manusia berkreasi karena adanya kebutuhan dasar, seperti penghargaan dan keamanan. Mereka memanfaatkan peluang yang ada untuk berkreasi, agar memperoleh kepercayaan diri, hidup yang lebih menyenangkan, kegembiraan dan kemungkinan untuk menunjukkan kemampuan mereka yang terbaik. Dengan berkreasi orang dapat mewujudkan dirinya (aktualisasi diri) dan perwujudan diri merupakan kebutuhan pokok tingkat tertinggi dalam hidup manusia.

Menurut Jay (2005, h.185-186), individu yang memiliki kreativitas tinggi memiliki banyak ide besar dan produktivitas yang lebih baik bagi perusahaan. Kreativitas terletak pada produktivitas ide yang tinggi dan keahlian dalam menyaringnya untuk menemukan ide terbaik dari semuanya. Tingginya kategori kreativitas karyawan memperlihatkan bahwa karyawan bekerja dengan mantap dengan kemampuan yang mereka miliki. Tingginya kreativitas akan terlihat dalam sikap kerja yang muncul, pemikiran serta ide-ide segar yang dihasilkan karyawan serta gairah kerja dan motivasi karyawan dalam bekerja di perusahaan (Hamel dalam Rowe, 2005, h.173).

Berdasarkan penelitian, didapatkan bahwa tingkat peluang untuk berkreasi pada karyawan berada pada kategori sedang, cenderung ke arah tinggi. Tinggi

redahnya peluang untuk berkreasi pada karyawan dipengaruhi oleh apa dan bagaimana hasil dan timbal balik yang diperolehnya dari perusahaan. Hal itu diperkuat juga dengan hasil wawancara dengan beberapa karyawan desain. Menurut mereka, perusahaan selalu berusaha memberikan kebutuhan mereka dalam bekerja, seperti alat tulis, peralatan menggambar, komputer, dan majalah. Tidak hanya itu, perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan dan pemanfaatan waktu luang serta kesehatan karyawannya. Selain memberikan tunjangan kesehatan dan jatah makan siang, perusahaan juga memberikan keleluasaan bagi karyawan untuk memilih aktivitas olah raga yang mereka inginkan, seperti tenis, bulu tangkis, bola voli dan yoga. Meski perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan karyawannya, terdapat satu masalah penting yang cenderung kurang diperhatikan, yaitu letak dan kenyamanan ruang kerja desain yang cukup mengganggu produktivitas kerja karyawan desain.

Perusahaan akan menyadari pentingnya memberikan peluang untuk berkreasi bagi karyawan ketika mendapatkan fakta bahwa kreativitas menurun sampai pada tahap dimana perusahaan mengalami penurunan produktivitas. Perusahaan harus menyadari beberapa hal penting yang dapat mempengaruhi kreativitas karyawan, misalnya dengan menyediakan fasilitas yang sesuai bagi usaha kreatif dan mendorong tindakan independen untuk memperlancar kreativitas karyawan (West, 2000, h.42-43). West juga mengungkapkan bahwa lingkungan terdekat dari individu yang bersangkutan juga penting dalam mempertimbangkan bagaimana cara merangsang kreativitas di tempat kerja. Lingkungan yang nyaman, ramah, kekeluargaan, suportif dan fleksibel akan

menghasilkan kreativitas tingkat tinggi. Sebaliknya, jika lingkungan kerja diwarnai dengan ketidakpercayaan, kurangnya komunikasi, otonomi individu terbatas, dan tujuan-tujuan yang tidak jelas, atau dengan kata lain, bahwa peluang karyawan untuk berkreasi terhambat, maka kemungkinan kreativitas akan terhambat.

Amabile (dalam Rowe, 2005, h.40-41) menjelaskan pentingnya lingkungan dan bagaimana dorongan dan motivasi akan mempengaruhi kreativitas. Amabile menemukan bahwa peningkatan kinerja biasanya akan tercapai jika kreativitas difasilitasi untuk berkembang. Kreativitas bergantung pada kemampuan untuk menggunakan keterampilan yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi, mengembangkan keahlian dan bakat seseorang dalam bidang yang spesifik. Oleh karena itu, dapat dikatakan juga bahwa lingkungan organisasi tempat seseorang bekerja dapat secara langsung mempengaruhi peluang karyawan untuk berkreasi, atau secara tidak langsung dapat mempengaruhi kreativitas karyawan.

Persepsi karyawan terhadap lingkungan kerjanya dapat dikatakan juga sebagai iklim organisasi. Iklim organisasi menekankan pada lingkungan organisasi dimana karyawan melaksanakan tanggung jawab atas pekerjaan mereka, yang dapat mempengaruhi mereka dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan tersebut. Terciptanya iklim organisasi yang positif, maka secara otomatis akan tercipta iklim menghormati orang-orang yang bekerja keras, kreatif, serta inovatif. Dengan membangkitkan kesadaran diri untuk mengupayakan serta menciptakan iklim yang positif dalam perusahaan, maka lambat laun akan tercipta

suatu iklim yang lebih positif, lebih dinamis dan memberikan banyak peluang bagi lahirnya gagasan-gagasan baru (Anoraga, 2001, h.42).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa karyawan bagian desain berada pada kategori sedang yang cenderung positif terhadap iklim organisasi PT Batik Danar Hadi Surakarta. Iklim organisasi yang cenderung positif ini mencerminkan bahwa karyawan memiliki persepsi yang cukup baik terhadap lingkungan perusahaan, meskipun masih terdapat beberapa permasalahan yang dirasakan oleh para desainer. Hal ini dikarenakan adanya hubungan yang sangat baik diantara sesama karyawan desain.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa karyawan diperoleh informasi bahwa karyawan-karyawan desain merasa sangat nyaman dengan hubungan baik yang terjalin antar karyawan. Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah tekanan yang dirasakan ketika menghadapi batas waktu yang sempit serta banyaknya jumlah desain yang harus mereka selesaikan. Setiap bulannya mereka harus bekerja keras untuk menghasilkan desain-desain baru untuk diproduksi, tidak hanya satu atau dua desain, tetapi dalam satu bulan mereka bisa dituntut untuk menghasilkan hingga puluhan desain baru. Selain itu, mereka dituntut pula untuk membuat desain yang unik dan eksklusif untuk diserahkan kepada pimpinan perusahaan. Selanjutnya, pimpinan perusahaan dan tim kreatif yang telah dibentuk, akan menyeleksi desain-desain tersebut untuk kemudian dipilih desain yang layak untuk dipatenkan. Usaha mematenkan sudah berjalan bertahun-tahun, namun tetap sulit untuk memperoleh hak paten atas

desain khas Danar Hadi. Sulitnya proses tersebut, membuat para karyawan dituntut lebih untuk menghasilkan suatu desain unik yang orisinal.

Bekerja dalam bidang desain memiliki tuntutan yang tidak ringan, tidak jarang pula karyawan harus menyelesaikan pekerjaan lembur karena adanya permintaan mendadak atas desain tertentu. Ada kalanya karyawan desain menganggap tuntutan itu sebagai beban kerja. Oleh karena itu, ketika mereka mulai merasa terbebani, mereka akan merasa bosan dan lelah, sehingga mereka tidak dapat menyelesaikan desain tepat waktu. Menurut Anoraga (2001, h.35), motivasi kerja merupakan pendorong semangat kerja, dan kuat lemahnya motivasi kerja seseorang ikut menentukan besar kecilnya prestasi kerjanya. Dapat dikatakan juga bahwa kuat lemahnya semangat kerja dapat mempengaruhi prestasi kerja karyawan, dalam hal ini kreativitas karyawan dalam menghasilkan desain-desain serta ide-ide baru. Karyawan yang memiliki pandangan yang positif terhadap iklim organisasi akan menilai beban kerja tersebut secara positif juga. Persepsi positif ini akan memelihara semangat kerja karyawan sehingga karyawan tidak merasakan adanya tuntutan kerja yang berlebih dan akan meningkatkan produktivitas karyawan dalam menghasilkan desain-desain baru. Dengan demikian, karyawan akan menunjukkan kreativitas yang tinggi. Karyawan yang memiliki peluang untuk berkreasi tinggi akan dapat menghasilkan ide-ide baru untuk mencapai tujuan perusahaan, dalam hal ini tujuan tersebut adalah untuk meningkatkan kreativitas dan produktivitas perusahaan. Namun, jika karyawan memandang bahwa iklim organisasi tersebut memberikan dampak negatif dalam

kinerjanya, maka karyawan akan merasa tidak bersemangat untuk menyelesaikan pekerjaannya.

Penelitian ini tidak luput dari adanya kelemahan. Kelemahan yang terjadi saat penelitian adalah terbatasnya jumlah karyawan bagian desain pada PT Batik Danar Hadi Surakarta. Karyawan desain PT Batik Danar Hadi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian desain motif, desain bordir dan desain *house hold*, yang jumlah karyawannya hanya sebanyak 40 orang. Karena terbatasnya jumlah subjek penelitian, tidak dimungkinkan untuk melakukan pembedaan antara subjek untuk uji coba dan penelitian, atau melakukan teknik *sampling* dalam menentukan jumlah sampel penelitian. Oleh karena itu, peneliti menggunakan subjek yang sama untuk uji coba dan penelitian. Kelemahan kedua dalam penelitian ini adalah bahwa peneliti lebih cenderung membahas peluang berkreasi dari sudut faktor eksternal saja, sehingga kurang memperhatikan faktor-faktor internal karyawan.

B. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang positif antara iklim organisasi dengan peluang berkreasi pada karyawan di PT Batik Danar Hadi Surakarta. Semakin positif iklim organisasi maka semakin tinggi peluang berkreasi pada karyawan. Sebaliknya, semakin negatif iklim organisasi maka semakin rendah peluang berkreasi pada karyawan.

2. Sumbangan efektif iklim organisasi terhadap peluang berkreasi sebesar 37,4%. Sumbangan efektif sebesar 37,4% ini mengindikasikan bahwa iklim organisasi berpengaruh dalam meningkatkan peluang berkreasi. Sedangkan sisanya 62,6% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini dan diduga turut berpengaruh pada peluang berkreasi pada karyawan di PT Batik Danar Hadi Surakarta, yaitu faktor tim kerja, motivasi, tim kerja, dan minat dalam diri karyawan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi karyawan bagian desain PT Batik Danar Hadi Surakarta

Berdasarkan hasil penelitian, peluang untuk berkreasi karyawan dan iklim organisasi berada pada kategori sedang. Karyawan dapat mencoba mengembangkan peluang untuk berkreasi dimulai dengan memperhatikan faktor internal dalam dirinya. Untuk menghasilkan karya kreatif yang bermakna diperlukan tidak hanya kualitas seperti imajinasi, inspirasi, firasat dan bakat, tetapi juga disiplin, kesiagaan, proses belajar dan kerja keras. Selain faktor internal, faktor eksternal juga perlu diperhatikan. Salah satu faktor eksternal adalah adanya hubungan yang baik antar karyawan, sehingga dapat saling membantu dan mendukung dalam menyelesaikan pekerjaan.

Peluang untuk berkreasi dan iklim organisasi yang sedang tersebut, bisa saja berubah di masa yang akan datang, oleh karena itu karyawan bagian desain

diharapkan dapat memanfaatkan peluang berkreasi yang telah ada. Karyawan desain diharapkan selalu mengembangkan potensi kreatif dalam dirinya, pantang menyerah dalam menyelesaikan pekerjaan dan selalu berpandangan positif terhadap perusahaan, terutama terkait dengan tugas dan kewajiban mereka untuk menyelesaikan desain. Perusahaan telah berusaha memenuhi kebutuhan bagi karyawan, oleh karena itu karyawan diharapkan dapat memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Karyawan sebaiknya tidak hanya menuntut, namun juga harus dapat memberikan yang terbaik bagi perusahaan.

2. Bagi pihak PT Batik Danar Hadi Surakarta

Peluang untuk berkreasi pada saat penelitian berada dalam kategori sedang. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka disarankan bagi pihak PT Batik Danar Hadi Surakarta agar dapat berusaha untuk meningkatkannya ke arah yang lebih baik lagi. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan terhadap karyawan desain secara kontinu, memberikan motivasi, serta memperhatikan kebutuhan dan kenyamanan karyawan dalam bekerja. Selain itu, sosialisasi informasi-informasi dan kebijakan-kebijakan harus disampaikan secara terbuka dan jelas kepada karyawan. Perusahaan hendaknya tetap mempertahankan pola komunikasi serta suasana kekeluargaan yang telah terjalin dalam perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terhadap variabel kreativitas, dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel-variabel lain yang turut berperan dalam mendorong peluang berkreasi karyawan, seperti: tim kerja, motivasi, atau minat individu, atau melibatkan faktor-faktor lain

seperti masa kerja, jenis kelamin, atau usia secara nyata sebagai variabel prediktor yang diduga dapat mempengaruhi terbentuknya peluang untuk berkreasi.

Bagi peneliti yang tertarik untuk melanjutkan penelitian ini, maka dapat melakukan penelitian dengan membahas peluang berkreasi dengan lebih menyeluruh, dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan subjek penelitian pada populasi karyawan yang berbeda. Penelitian juga dapat dilakukan di perusahaan lain, seperti pada perusahaan-perusahaan batik lain baik yang sudah berskala internasional, nasional maupun regional. Perusahaan lain yang dapat dijadikan wilayah penelitian tidak hanya dalam bidang industri batik, dapat pula dilakukan pada jenis pekerjaan yang berbeda. Dengan menggunakan metode pengambilan sampel yang tepat, maka nantinya generalisasi hasil penelitian dapat dikenakan pada seluruh populasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adipoetra, W. 2004. Upaya Peningkatan Kinerja Pemasaran Dengan Kosep *Marketing Strategy Making Process* Melalui Kreativitas Strategi Dan Pembelajaran Organisasional. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol.3, No.1, 89-110.
- Anastasi, A. 1999. *Bidang-bidang Psikologi Terapan*. Penerjemah: Aryatmi, dkk. Jakarta: PT Raja Grafinfo Persada
- Anoraga, P. 2001. *Psikologi Kerja*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.
- Azwar, S. 1997. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- . 2003. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- . 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta :Pustaka Pelajar.
- Chandra, J. 1994. *Kreativitas : Bagaimana Menanam, Membangun dan Mengembangkannya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Danar Hadi Mengubah Citra. (2003, Oktober). Available From: <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0310/19/keluarga/630969.htm>
- Davis, K. 1962. *Human Relations At Work*. Tokyo: Mc Graw Hill Kogakusha.
- Davis, K. & Newstrom, J.W. 1996. *Perilaku Organisasi Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- DeVellis, R.F. 1991. *Scale Development: Theory and Applications*. London: Sage Publications.
- Gandadiputra, M. 1983. *Kreativitas: Kumpulan 12 makalah serta diskusi simposium kreativitas*. Jakarta: PT. Dian Rakyat.
- Gibson, I.D. Ivancevich, J.M., & Donnelly, J.H. 1985. *Organisasi*. Alih Bahasa: Djarkasih. Jakarta: Erlangga.
- Gilmer, B.V.H. 1971. *Industrial and Organizational Psychology*. Tokyo: Mc.Graw Hill Kogakusha.
- Gruneberg, M. & Well, T. 1984. *Social Psychology and Organizational Behavior*. New York: John Wiley & Sons Ltd.

- Hurlock, E.B. 1978. *Perkembangan Anak*. Alih Bahasa: Tjandrasa. Jakarta: Erlangga.
- Jay, R. 2005. *Get What You Want at Work: Mengambil Langkah Cerdas Dalam Pengembangan Karir*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Jewell, L.N. & Siegall, M. 1998. *Psikologi Industri/Organisasi Modern: psikologi Terapan Untuk Memecahkan Berbagai Masalah di tempat Kerja, Perusahaan, Industri dan Organisasi*. Jakarta: Arcan.
- Kartikandari, D. 2002. Pengaruh Motivasi, Iklim Organisasi, EQ, Dan IQ Terhadap Kinerja Karyawan: Studi Kasus DPU Dan Setda Kabupaten Bantul. *Sinergi*. Vol.4, No.2, 41-48.
- Kolb, D.A & Rubin, I.M. 1984. *Organizational Psychology an Experiential Approach to Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kreitner, R. & Kinicki, A. 2005. *Perilaku Organisasi*. Penerjemah: Suandy. Jakarta: Mc Graw Hill.
- Lumsdaine, E. & Lumsdaine, M. 1995. *Creative Problem Solving*. New York: Mc Graw Hill.
- Luthans, F. 2002. *Organizational Behavior*. New York: Mc Graw Hill.
- Mathis, R.L. & Jackson, J.H. 1988. *Personnel/Human Resource Management Fifth Edition*. St. Paul: West Publishing Company.
- McCormick, E.J. & Sanders, M.S. 1987. *Humans Factors In Engineering And Design Sixth Edition*. New York: Mc Graw Hill Book Company
- [Melestarikan Batik sambil Membuka Diri terhadap Perkembangan Terbaru](http://batikindonesia.info/2002/03/28/). (2002, Maret). Available From: <http://batikindonesia.info/2002/03/28/>
- Miner, J.B. 1992. *Industrial Organizational Psychology*. New York: Mc Graw Hill Inc.
- Motif Batik India dalam Rancangan Baru Ghea. (2004,Mei). Available From: <http://www.suara pembaharuan.com/News/2004/05/02/Gaya>.
- Muchinsky, P.M. 1991. *Psychology Applied to Work: an Introduction to Industrial and Organizational Psychology*. Chicago: The Dorsey Press.
- Munandar, S.C.U. 1988. *Kreativitas Sepanjang Masa*. Jakarta: CV. Muliasari.

- Munandar, S.C.U., 1985. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah: Petunjuk Bagi Orang Tua dan Guru*. Jakarta: Grasindo.
- . 1999. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mursid, M. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Negara, C.S., Prihanto, S., dan Sinambela F.C. 2000. Analisis Faktor-faktor Pembentuk kreativitas Pada Tim Kreatif Biro Iklan di Surabaya. *Anima*. Vol. 15, No. 3, 280-292.
- Nitisemito. 1982. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Olsen, R.W. 1996. *Seni Berpikir Kreatif: Sebuah Pedoman Praktis*. Jakarta: Erlangga.
- Pattis, W. S. 1993. *karier Bisnis dalam Periklanan*. Semarang: Dahara Prize
- Poerwadarminta, W.J.S. 1991. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Prijosaksono, A. dan Sembel, R. (2002, Mei). *Menjadi Kreatif dan Produktif*. Available from: <http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/mandiri/2002/05/1/man01.html>
- Purwadi, T. (2006, Januari). *Motif Batik Indonesia Dipatenkan Malaysia*. Available From: <http://suaramerdeka.com/cybernews/harian/0607/13/dar10.htm>
- Rafick, I. (2002, 29 November). Batik Keris dan Batik Semar pun Disalipnya. *SWA Sembada*. 25,18.
- Rowe, A.J. 2005. *Creative Intelligence: Membangkitkan Potensi Inovasi dalam Diri dan Organisasi Anda*. Penerjemah: Sita Astari. Bandung: Kaifa.
- Safaria, T. 2005. *Creativity Quotient: Panduan Mencetak Anak Super-Kreatif*. Yogyakarta: Platinum Diglossia Media Baru.
- Santosa, S. 2002. *SPSS Versi 10: Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Satiadarma, M.P. dan Waruwu, F.E. 2003. *Mendidik Kecerdasan*. Jakarta: Pustaka Populer Obor.

- Sembel, R. (2006, Januari). *Tujuh Hambatan Untuk Menjadi Kreatif*. Available From: <http://www.mail-archive.com/kimia96@yahoogroups.com/msg00688.html>
- Shadilly, H,dkk. 1980. *Ensiklopedi Indonesia*. Jakarta: PT Ichtiar Baru.
- Simamora, H. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YKPN.
- Steers, R.M. 1971. *The Concept of Organizational goal: a Research View*. California: University of California Irvine.
- Steiner, G. Miner, J.B, & Gray, E.R. 1986. *Management Policy and Strategy: Text Reading and Cases Thirg Edition*. New York: Macmillan.
- Stoner, J.A.F., Freeman, R.E. & Gilbert, D.R. 1995. *Manajemen Jilid 1*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV ALFABETA
- Suharnan. 2000. Teori Psiko-Kompnensial Tentang Kreativitas. *Anima*. Vol.15, No.2, 156-179.
- Suryabrata, S. 1999. *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*. Yogyakarta: Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Timpe, A.D. 1999. *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia: Kreativitas*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Tirta, I. (2007, Januari). *Desainer Pecinta Batik*. Available From: <http://www.tokohindonesia.com/ensiklopedi/i/iwan-tirta/index.shtml>
- Turner, P. 1999. *Java*. Sidney: Lonely Planet Publications
- West, M.A. 2000. *Mengembangkan Kreativitas dalam Organisasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Wijayanto, B.R. 2003. Sumber Daya Manusia, Kreativitas, Inovasi: Pengetahuan Sebagai Sumber Keunggulan Kompetitif Berkesinambungan. *Fokus Ekonomi*. Vol.2, No.2, 123-135.
- Winardi, J. 1990. *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Winarsunu, T. 1996. *Statistik:Teori dan Aplikasinya dalam Penelitian*. Jilid 2. Malang: UMM Press.



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1:

SKALA Psikologi



Disusun Oleh:

DEASY A. R.

M2A 002 019

**Program Studi Psikologi
Universitas Diponegoro
Semarang
2006**

PETUNJUK PENGISIAN

Berikut ini disajikan sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan situasi yang benar-benar Anda rasakan. Bacalah pernyataan-pernyataan tersebut dengan teliti dan seksama, kemudian berilah **tanda silang (X)** untuk pilihan jawaban yang dianggap paling sesuai dengan diri Anda. Pilihlah:

- SS** Jika pernyataan itu **SANGAT SESUAI** dengan Anda
- S** Jika pernyataan itu **SESUAI** dengan Anda
- TS** Jika pernyataan itu **TIDAK SESUAI** dengan Anda
- STS** Jika pernyataan itu **SANGAT TIDAK SESUAI** dengan Anda

Jika Anda ingin mengganti jawaban, dapat dilakukan dengan cara berikut ini:

Semula : SS ~~X~~ TS STS
Dibetulkan : SS ~~TS~~ ~~STS~~

Tidak ada jawaban yang benar atau salah. Jawaban yang diharapkan adalah jawaban yang paling mencerminkan diri Anda yang sebenarnya. Oleh karena itu jawablah sejujur-jujurnya sesuai dengan kata hati Anda. Periksalah kembali jawaban untuk setiap pernyataan, sehingga tidak ada pernyataan yang belum Anda jawab. Terima kasih atas partisipasi yang Anda berikan.

Hormat saya,

Deasy A. R.

Sebelum Anda mulai mengisi skala, silakan mengisi biodata di bawah ini:

Jabatan / Bagian :

Masa Kerja : Tahun

Usia : Tahun

Jenis Kelamin : P / W (Lingkarilah)

Selamat Mengerjakan

SKALA A

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
1.	Dengan berimajinasi, seringkali saya mendapatkan ide-ide baru	SS	S	TS	STS
2.	Hubungan antar karyawan kurang terjalin dengan baik karena saling mengutamakan kepentingannya masing-masing	SS	S	TS	STS
3.	Saya sering mendapatkan inspirasi dari lingkungan sekitar saya	SS	S	TS	STS
4.	Pekerjaan saya sekarang ini sungguh tidak menarik minat saya	SS	S	TS	STS
5.	Perusahaan selalu menyediakan semua kebutuhan yang dapat menunjang saya dalam berkreasi	SS	S	TS	STS
6.	Hasil pekerjaan saya lebih sering mendapatkan kritikan dari atasan daripada pujian	SS	S	TS	STS
7.	Saya berusaha untuk				

	menyelesaikan pekerjaan, meskipun harus lembur	SS	S	TS	STS
8.	Saya selalu membutuhkan bantuan dari orang lain dalam menyelesaikan pekerjaan	SS	S	TS	STS
9.	Saya mencoba untuk mengkombinasikan beberapa hasil kerja saya yang lalu, agar dapat menghasilkan sesuatu yang baru	SS	S	TS	STS
10.	Saya sulit sekali berkonsentrasi ketika menyelesaikan pekerjaan	SS	S	TS	STS
11.	Atasan puas dengan hasil kerja saya, karena kreasi saya selalu tepat sasaran	SS	S	TS	STS
12.	Karena minimnya anggaran, perusahaan sulit untuk menyediakan apa yang saya butuhkan dalam mewujudkan kreasi saya	SS	S	TS	STS
13.	Saya merasa bahwa kerja keras adalah faktor dasar dari keberhasilan	SS	S	TS	STS
14.	Saya merasa terganggu dengan perubahan mode yang begitu cepat, sehingga berpengaruh pada hasil kreasi saya	SS	S	TS	STS
15.	Atasan dan rekan kerja selalu mendukung ide-ide baru saya dalam menyelesaikan pekerjaan	SS	S	TS	STS

16.	Saya tidak memiliki potensi kreatif, karena saya kurang produktif dalam menghasilkan kreasi-kreasi baru	SS	S	TS	STS
17.	Setiap ide yang terlintas, selalu saya tuangkan dalam sketsa	SS	S	TS	STS
18.	Saya mempunyai pekerjaan tetapi terlalu sedikit waktu untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut	SS	S	TS	STS
19.	Banyak hal baru yang saya dapatkan dari orang-orang disekitar, yang berguna dalam menyelesaikan kreasi saya	SS	S	TS	STS
20.	Banyak hal lain dalam hidup saya yang lebih penting daripada pekerjaan saya	SS	S	TS	STS
21.	Jika saya ingin mencoba sesuatu yang baru, maka atasan saya akan memberi kesempatan	SS	S	TS	STS
22.	Kreasi saya sering dianggap sebagai sesuatu yang sia-sia	SS	S	TS	STS
23.	Jika satu pekerjaan sudah selesai, saya akan langsung menyelesaikan pekerjaan lainnya	SS	S	TS	STS
24.	Sulit bagi saya untuk menghasilkan ide-ide baru karena saya merasa tertekan dengan banyaknya tuntutan dari perusahaan	SS	S	TS	STS
25.	Banyaknya inspirasi dari berbagai				

	hal, membuat saya tidak pernah kehabisan ide dalam menghasilkan kreasi baru	SS	S	TS	STS
26.	Saya selalu terburu-buru menyelesaikan pekerjaan jika sudah diburu batas waktu	SS	S	TS	STS
27.	Produk yang saya hasilkan mendapatkan pengakuan dan pujian dari banyak orang	SS	S	TS	STS
28.	Saya tidak memiliki kebebasan untuk membuat keputusan dalam menyelesaikan pekerjaan saya sendiri	SS	S	TS	STS
29.	Dengan kerja keras, saya akan mendapatkan kemajuan	SS	S	TS	STS
30.	Banyaknya tuntutan dari perusahaan, membuat kualitas kerja saya menurun	SS	S	TS	STS
31.	Lingkungan tempat kerja yang nyaman, membuat semangat kerja saya meningkat	SS	S	TS	STS
32.	Sangat sulit bagi saya untuk menuangkan ide-ide yang sudah ada dalam pikiran	SS	S	TS	STS

SKALA B

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
1.	Atasan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengajukan usulan untuk	SS	S	TS	STS

	meningkatkan produktivitas kerja				
2.	Saya merasa atasan pilih kasih dengan beberapa karyawan	SS	S	TS	STS
3.	Saya dapat mendiskusikan pekerjaan dengan atasan, dan memperoleh saran yang membangun darinya	SS	S	TS	STS
4.	Saya tidak banyak memperoleh kesempatan untuk berkomunikasi dengan rekan sekerja	SS	S	TS	STS
5.	Setiap karyawan mau berbagi informasi yang berkaitan dengan pekerjaan	SS	S	TS	STS
6.	Saya merasa tanggung jawab yang diberikan kepada saya terlalu berat	SS	S	TS	STS
7.	Karyawan dapat bergaul dengan baik satu sama lain	SS	S	TS	STS
8.	Saya takut jika mencoba sesuatu yang baru saya akan ditertawakan oleh rekan sekerja lainnya	SS	S	TS	STS
9.	Mencapai target serta keunggulan merupakan perhatian utama dalam organisasi ini	SS	S	TS	STS
10.	Setiap ada rapat karyawan, saya takut untuk mengemukakan pendapat	SS	S	TS	STS
11.	Dalam perusahaan ini, pelaksanaan pekerjaan tidak menyimpang dari kebijakan,	SS	S	TS	STS

	peraturan dan prosedur yang telah ditetapkan				
12.	Saya kurang sesuai dengan beberapa peraturan yang ada dalam perusahaan	SS	S	TS	STS
13.	Perusahaan memperhatikan kesejahteraan karyawannya	SS	S	TS	STS
14.	Pemberian gaji dan bonus pernah beberapa kali tidak tepat waktu	SS	S	TS	STS
15.	Selama ini pemberian bonus, disamping gaji pokok, saya rasa dapat mendorong peningkatan kreativitas kerja	SS	S	TS	STS
16.	Dalam perusahaan ini tidak ada penghargaan bagi karyawan atas hasil pekerjaan yang baik	SS	S	TS	STS
17.	Saya berusaha kerja sebaik mungkin supaya dapat meningkatkan produktivitas perusahaan	SS	S	TS	STS
18.	Kebijakan dan garis wewenang dalam perusahaan ini kurang dapat dimengerti dengan jelas	SS	S	TS	STS
19.	Saya ikut mengemukakan pendapat ketika perusahaan sedang berusaha menyelesaikan suatu permasalahan	SS	S	TS	STS
20.	Tidak ada batas-batas yang jelas akan ruang lingkup tugas	SS	S	TS	STS
21.	Saya mencoba beberapa motif				

	baru untuk desain saya berikutnya	SS	S	TS	STS
22.	Seringkali dalam perusahaan ini terjadi pertentangan antar karyawan	SS	S	TS	STS
23.	Saya bekerja keras demi kesuksesan dan kemajuan perusahaan tempat saya bekerja ini	SS	S	TS	STS
24.	Tidak ada seorang pun yang mau menolong jika saya mendapat kesulitan	SS	S	TS	STS
25.	Rekan sekerja memberikan bantuan ketika saya sedang belajar tugas-tugas baru	SS	S	TS	STS
26.	Cara atasan menyampaikan pengarahan atau perintah kurang berkenan di hati saya	SS	S	TS	STS
27.	Dalam perusahaan ini, status sosial karyawan bukan merupakan faktor yang dapat berpengaruh dalam mencapai kemajuan	SS	S	TS	STS
28.	Saran dan usulan saya kurang diperhatikan oleh atasan	SS	S	TS	STS
29.	Hanya karyawan berprestasi yang selalu mendapatkan kesempatan kerja yang lebih baik, sehingga prestasi kerjanya akan terus terlihat	SS	S	TS	STS

30.	Setiap karyawan diberi tanggung jawab penuh dalam melaksanakan tugasnya masing-masing	SS	S	TS	STS
31.	Orang-orang dalam perusahaan ini selalu berusaha mencari cara untuk mendapatkan keuntungan pribadi	SS	S	TS	STS
32.	Dalam perusahaan ini, sangat terasa adanya kebersamaan yang dapat menumbuhkan semangat kerja	SS	S	TS	STS
33.	Pernah beberapa kali saya meninggalkan kantor, padahal pekerjaan belum saya selesaikan	SS	S	TS	STS
34.	Saya mampu menyelesaikan tugas yang diberikan tepat waktu	SS	S	TS	STS
35.	Berusaha memikirkan sesuatu yang baru, hanya akan menghabiskan waktu saja	SS	S	TS	STS
36.	Saya mencoba mengembangkan desain lama saya menjadi suatu desain yang baru	SS	S	TS	STS
37.	Ketika pekerjaan saya sudah selesai lebih awal, berarti ada waktu lebih untuk bersantai	SS	S	TS	STS
38.	Setiap orang diberi kesempatan untuk ikut serta secara aktif dalam mencapai tujuan perusahaan	SS	S	TS	STS

39.	Saya merasa nilai-nilai pribadi saya tidak cocok dengan perusahaan ini	SS	S	TS	STS
40.	Standar kerja yang telah ditetapkan, dalam pelaksanaannya memungkinkan semua karyawan untuk mencapainya	SS	S	TS	STS
41.	Saya diberi gaji lebih rendah untuk apa yang saya kerjakan	SS	S	TS	STS
42.	Saya rasa pemberian imbalan sudah sesuai dengan beban kerja	SS	S	TS	STS
43.	Meski telah menyelesaikan pekerjaan dengan baik, atasan saya tidak pernah memberikan pujian	SS	S	TS	STS
44.	Saya mendapatkan pengakuan atas pekerjaan yang telah saya kerjakan dengan baik	SS	S	TS	STS
45.	Produktivitas dalam perusahaan ini sering terganggu karena kurang koordinasi dan perencanaan	SS	S	TS	STS
46.	Dalam perusahaan ini, semua pekerjaan telah direncanakan dan dikoordinasikan dengan baik sehingga dapat mencapai produktivitas kerja yang baik	SS	S	TS	STS
47.	Tujuan perusahaan sulit untuk dipahami, apalagi untuk	SS	S	TS	STS

	merealisasikannya				
48.	Pemeliharaan kebijakan serta norma-norma dalam perusahaan merupakan faktor keberhasilan perusahaan	SS	S	TS	STS
49.	Apabila terjadi kesalahan, orang-orang akan berusaha untuk menyalahkan orang lain	SS	S	TS	STS
50.	Dalam lingkungan kerja saya, komunikasi antar rekan sekerja terjalin dengan baik	SS	S	TS	STS
51.	Rekan sekerja saya tidak dapat diandalkan ketika saya menghadapi masalah berat dengan pekerjaan	SS	S	TS	STS
52.	Dalam perusahaan ini, karyawan saling tolong menolong satu sama lain	SS	S	TS	STS
53.	Atasan saya tidak pernah memperhatikan usul yang saya ajukan	SS	S	TS	STS
54.	Atasan saya membuat saya merasa seperti anggota tim kerja yang berharga	SS	S	TS	STS
55.	Atasan jarang memberikan kesempatan kepada saya untuk ikut memutuskan suatu masalah yang sedang didiskusikan	SS	S	TS	STS
56.	Dalam perusahaan ini dirasakan adanya kesempatan untuk	SS	S	TS	STS

	meningkatkan cara kerja, pengetahuan dan pengalaman				
--	--	--	--	--	--

**Harap Periksa Kembali Jawaban Anda,
Jangan Sampai Ada Yang Terlewat.**

TERIMA KASIH

LAMPIRAN 2:**SEBARAN DATA TRY OUT
SKALA KREATIVITAS**

Aitem Subjek	Aitem1	Aitem2	Aitem3	Aitem4	Aitem5	Aitem6	Aitem7	Aitem8
1	2	3	3	3	2	2	3	3
2	2	3	3	4	2	2	3	3
3	3	3	3	4	2	2	2	3
4	3	3	3	4	3	3	3	3
5	3	3	3	4	3	3	2	3
6	3	3	3	3	2	3	3	3
7	3	3	4	3	4	4	3	4
8	4	2	4	2	3	3	3	3
9	1	1	2	1	3	1	3	3
10	3	2	4	2	3	2	3	3
11	2	2	2	2	2	2	3	2
12	2	2	2	2	2	2	3	2
13	1	2	3	2	2	2	3	3
14	2	3	2	3	3	3	2	2
15	3	4	3	4	3	2	3	3
16	2	3	3	3	3	2	3	2
17	3	2	2	3	2	2	2	2
18	2	3	3	4	3	3	3	3
19	2	3	3	3	3	2	3	2
20	2	3	3	3	3	2	3	2
21	4	1	2	3	1	2	1	3
22	3	3	3	3	2	3	2	3
23	3	3	3	3	2	3	3	3
24	2	3	3	3	2	2	3	3
25	3	3	3	4	4	3	3	3
26	2	3	3	3	3	2	2	3
27	4	3	3	3	3	3	3	3
28	3	3	3	4	2	3	3	4
29	3	1	2	3	1	2	1	3
30	3	3	3	3	2	3	3	3
31	3	2	2	2	2	2	3	2
32	2	2	2	2	2	2	3	2
33	2	2	3	2	2	2	3	3
34	3	2	3	3	3	3	3	3
35	1	2	3	2	3	2	3	3
36	2	2	2	2	3	2	3	3
37	3	3	4	3	4	4	3	4
38	3	2	4	2	3	3	3	3
39	1	1	2	1	3	1	3	3
40	1	2	4	2	3	2	3	3

Aitem9	Aitem10	Aitem11	Aitem12	Aitem13	Aitem14	Aitem15	Aitem16	Aitem17
3	4	3	3	3	3	3	3	2
3	4	3	3	3	3	3	3	2
2	3	2	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3
2	3	2	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	4	3	2	2	3	3	4
3	3	3	4	3	1	3	4	3
2	2	1	3	2	4	2	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	2	3	3	2	3	2	2	2
3	3	2	3	3	3	2	2	2
3	2	3	1	2	3	3	1	2
4	2	1	2	2	1	2	2	3
2	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	2
3	3	3	4	2	3	2	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	2
3	3	3	3	3	4	3	3	2
3	3	3	3	3	4	3	3	2
1	3	1	1	1	3	2	4	4
3	3	2	2	3	3	3	3	3
3	3	2	2	3	3	2	3	3
3	3	2	2	3	3	2	2	2
4	4	4	3	3	4	3	3	3
3	2	3	4	2	4	2	2	2
2	2	2	2	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	4	3	4	3
2	3	1	1	1	3	2	4	3
2	3	2	2	4	3	3	3	3
2	2	3	3	2	3	2	1	4
3	3	2	4	3	1	2	2	1
2	2	3	1	2	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2
2	2	3	4	2	3	3	1	3
2	2	3	3	2	1	2	2	3
2	2	4	3	2	3	3	3	1
3	3	3	1	3	3	3	3	2
2	2	1	3	2	3	2	1	3
3	3	3	3	3	1	3	3	4

Aitem18	Aitem19	Aitem20	Aitem21	Aitem22	Aitem23	Aitem24	Aitem25	Aitem26
3	3	3	2	2	4	1	4	3
3	3	2	2	2	4	1	4	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	3	2	3	3
3	3	3	3	2	3	2	3	3
3	4	2	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	4	3	3	2	3
2	3	1	3	3	1	2	1	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3
2	3	2	2	2	3	2	2	3
2	3	2	2	2	1	2	2	3
2	3	2	3	2	3	2	3	1
4	1	2	3	3	1	2	2	3
4	3	3	2	2	3	2	3	3
4	4	3	4	3	3	1	3	4
3	4	2	3	2	3	2	3	3
4	4	3	2	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	1	3	4
4	4	3	4	3	3	1	3	4
3	4	3	1	1	4	2	3	2
3	3	3	2	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	4	3	3	3
3	3	3	2	2	2	2	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	2	4	3
3	4	3	1	1	4	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3
2	3	2	2	2	1	2	2	3
2	3	2	2	2	3	2	2	1
2	3	2	3	2	3	2	3	3
3	3	2	3	3	2	3	3	3
2	3	2	3	3	3	2	2	3
2	3	2	3	3	4	2	2	1
3	4	2	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	4	3	3	2	3
2	3	1	3	3	1	2	1	1
3	3	3	4	3	3	3	3	3

Aitem27	Aitem28	Aitem29	Aitem30	Aitem31	Aitem32
2	2	4	3	3	3
2	2	2	3	2	3
3	2	4	2	3	3
3	3	4	3	3	3
2	2	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4
3	2	2	3	3	2
4	3	2	2	2	1
3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2
3	2	2	3	2	3
3	3	4	2	2	2
3	2	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3
3	1	3	2	3	3
2	2	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
1	1	4	3	2	4
3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3
2	1	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3
3	2	4	4	2	3
1	1	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2
3	2	2	3	2	3
4	3	3	3	3	3
3	2	2	3	2	2
3	2	2	2	2	2
4	4	3	3	4	4
3	3	2	3	3	2
4	2	2	2	2	1
3	3	3	3	3	3

LAMPIRAN 3:

HASIL TRY OUT VARIABEL PELUANG UNTUK BERKREASI

SELEKSI 1

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded (a)	0	,0
	Total	40	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,902	,908	32

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2,713	2,300	3,225	,925	1,402	,036	32
Item Variances	,511	,233	,759	,526	3,253	,022	32
Inter-Item Covariances	,114	-,195	,504	,699	-2,586	,016	32
Inter-Item Correlations	,237	-,444	,814	1,258	-1,833	,061	32

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	84,33	121,507	,393	.	,900
VAR00002	84,33	118,584	,651	.	,895
VAR00003	83,93	118,533	,729	.	,895
VAR00004	84,00	117,744	,606	.	,896
VAR00005	84,23	121,871	,437	.	,899
VAR00006	84,40	118,810	,681	.	,895
VAR00007	84,05	126,818	,174	.	,903
VAR00008	83,95	123,946	,422	.	,899
VAR00009	84,10	124,041	,331	.	,901
VAR00010	84,05	124,254	,354	.	,900
VAR00011	84,23	118,948	,543	.	,897
VAR00012	84,13	128,010	,025	.	,907
VAR00013	84,18	121,943	,465	.	,899
VAR00014	83,90	126,092	,129	.	,905
VAR00015	84,15	121,618	,694	.	,896
VAR00016	84,15	117,874	,566	.	,897
VAR00017	84,18	127,943	,035	.	,907
VAR00018	83,90	120,144	,553	.	,897
VAR00019	83,58	124,148	,370	.	,900
VAR00020	84,23	120,538	,594	.	,897
VAR00021	84,00	121,179	,427	.	,899
VAR00022	84,10	120,913	,491	.	,898
VAR00023	83,90	119,887	,451	.	,899
VAR00024	84,50	122,410	,373	.	,900
VAR00025	84,00	118,359	,625	.	,896
VAR00026	83,88	120,061	,513	.	,898
VAR00027	84,00	124,513	,261	.	,902
VAR00028	84,43	121,481	,467	.	,899
VAR00029	83,90	121,118	,462	.	,899
VAR00030	84,00	121,128	,690	.	,896
VAR00031	84,15	119,413	,749	.	,895
VAR00032	84,00	119,744	,567	.	,897

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
86,80	129,241	11,368	32

ANOVA with Friedman's Test and Tukey's Test for Nonadditivity(b)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People	157,513	39	4,039		
Within People					
Between Items	44,900	31	1,448	3,650	,000
Residual					
Nonadditivity	,280(a)	1	,280	,705	,401
Balance	479,508	1208	,397		
Total	479,787	1209	,397		
Total	524,687	1240	,423		
Total	682,200	1279	,533		

Grand Mean = 2,71

a Tukey's estimate of power to which observations must be raised to achieve additivity = 1,611.

b The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

SELEKSI 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,919	,922	27

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum/Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2,706	2,300	3,225	,925	1,402	,041	27
Item Variances	,497	,233	,759	,526	3,253	,020	27
Inter-Item Covariances	,147	-,108	,504	,612	-4,679	,013	27
Inter-Item Correlations	,305	-,199	,814	1,013	-4,092	,047	27

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	70,58	108,404	,426	.	,918
VAR00002	70,58	106,353	,640	.	,914
VAR00003	70,18	106,199	,725	.	,913
VAR00004	70,25	104,859	,639	.	,914
VAR00005	70,47	110,256	,371	.	,918
VAR00006	70,65	106,079	,706	.	,913
VAR00008	70,20	111,292	,420	.	,917
VAR00009	70,35	111,515	,319	.	,919
VAR00010	70,30	111,138	,389	.	,918
VAR00011	70,47	107,281	,497	.	,916
VAR00013	70,43	109,635	,445	.	,917
VAR00015	70,40	109,221	,679	.	,914
VAR00016	70,40	104,554	,623	.	,914
VAR00018	70,15	107,464	,567	.	,915
VAR00019	69,83	111,635	,356	.	,918
VAR00020	70,47	107,487	,638	.	,914
VAR00021	70,25	109,782	,356	.	,919
VAR00022	70,35	109,054	,445	.	,917
VAR00023	70,15	106,438	,507	.	,916
VAR00024	70,75	109,782	,375	.	,918
VAR00025	70,25	105,526	,655	.	,913
VAR00026	70,13	108,010	,485	.	,916
VAR00028	70,68	109,456	,431	.	,917
VAR00029	70,15	107,926	,506	.	,916
VAR00030	70,25	108,551	,696	.	,914
VAR00031	70,40	106,810	,765	.	,913
VAR00032	70,25	106,346	,633	.	,914

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
73,05	116,305	10,784	27

ANOVA with Friedman's Test and Tukey's Test for Nonadditivity(b)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People			167,996	39	4,308		
Within People	Between Items		42,717	26	1,643	4,684	,000
	Residual	Nonadditivity	,074(a)	1	,074	,212	,646
		Balance	355,579	1013	,351		
		Total	355,654	1014	,351		
Total		398,370	1040	,383			
Total			566,367	1079	,525		

Grand Mean = 2,71

a Tukey's estimate of power to which observations must be raised to achieve additivity = 1,286.

b The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

Aitem9	Aitem10	Aitem11	Aitem12	Aitem13	Aitem14	Aitem15	Aitem16	Aitem17
3	2	2	2	2	2	3	2	2
3	2	2	2	2	2	3	2	2
3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	2	4
3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	3	3	2	2	2	3	2	3
4	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	2	3	2	4	1	3	2	3
3	3	2	2	3	2	3	2	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	2	1	2	1	4	1	4
3	3	3	2	2	2	3	2	3
4	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	2	3	2	4	1	3	2	3
3	3	2	2	3	2	3	2	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	2	1	2	1	4	1	4
3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	2	2	2	3	3	3	2	3
3	2	3	2	2	2	3	2	3
4	4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	2	4	2	3
3	3	3	2	3	3	3	3	3
3	2	3	2	3	3	3	3	3
3	3	2	1	2	1	4	1	4
3	2	3	2	3	3	3	3	3
3	2	2	2	2	2	3	2	2
3	2	2	2	2	2	3	2	2
3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	2	4
3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	3	3	2	2	2	3	2	3
4	4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	2	4	2	3
3	3	2	1	2	1	4	1	4
3	3	2	2	3	2	4	2	3
3	3	2	2	2	2	3	2	3
3	3	2	1	2	1	4	1	4
3	3	2	2	3	2	4	2	3
3	3	2	2	2	2	3	2	3
4	4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	2	4	2	3
3	3	2	1	2	1	4	1	4
3	3	2	2	3	2	4	2	3

Aitem18	Aitem19	Aitem20	Aitem21	Aitem22	Aitem23	Aitem24	Aitem25	Aitem26
2	2	3	3	2	2	3	3	2
2	2	3	3	2	2	3	3	2
3	3	2	3	2	3	3	3	2
2	3	3	3	3	3	3	3	2
2	2	3	3	2	3	3	3	2
3	2	3	4	2	3	3	3	1
1	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	2	4	2	3	2	3	3
2	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3
2	1	1	3	1	3	3	3	1
2	3	2	3	3	3	3	3	2
1	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	2	4	2	3	2	3	3
2	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3
2	1	1	3	1	3	3	3	1
2	3	2	3	3	3	3	3	2
2	3	2	3	3	3	3	3	2
2	2	3	3	2	3	3	3	2
3	4	3	4	3	4	4	4	4
3	2	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	2	3	2	4	3	3	3
2	1	1	3	1	3	3	3	1
3	3	3	3	2	3	3	3	3
2	2	3	3	2	2	3	3	2
2	2	3	3	2	2	3	3	2
3	3	2	3	2	3	3	3	2
2	3	3	3	3	3	3	3	2
2	2	3	3	2	3	3	3	2
3	2	3	4	2	3	3	3	1
3	4	3	4	3	4	4	4	4
3	2	3	3	2	3	3	3	3
2	1	1	3	1	3	3	3	1
2	3	3	3	3	4	3	3	3

Aitem27	Aitem28	Aitem29	Aitem30	Aitem31	Aitem32	Aitem33	Aitem34	Aitem35
3	2	2	3	2	2	2	2	3
3	2	2	3	2	2	2	2	3
3	2	2	3	3	3	2	2	3
2	3	3	4	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	2	2	2	3	4
1	3	2	3	3	3	4	3	4
3	4	3	3	4	3	3	3	4
3	2	2	3	2	3	2	3	1
3	3	2	4	3	4	3	3	3
3	4	3	3	4	3	3	3	4
3	4	3	3	1	3	3	2	4
3	1	3	3	2	2	3	3	4
3	2	3	3	3	3	2	2	3
1	3	2	3	3	3	4	3	4
3	4	3	3	4	3	3	3	4
3	2	2	3	2	3	2	3	1
3	3	2	4	3	4	3	3	3
3	4	3	3	4	3	3	3	4
3	4	3	3	1	3	3	2	4
3	1	3	3	2	2	3	3	4
3	2	3	3	3	3	2	2	3
3	3	3	3	3	3	2	2	3
3	2	2	3	2	2	2	3	3
4	4	3	4	3	4	3	4	4
3	3	2	3	3	4	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	2	3	3	2	3
3	1	3	3	2	2	3	3	4
3	3	2	3	3	3	2	2	3
3	2	2	3	2	2	2	2	3
3	2	2	3	2	2	2	2	3
3	2	2	3	3	3	2	2	3
2	3	3	4	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	2	2	2	3	4
4	4	3	4	3	4	3	4	4
3	3	2	3	3	4	2	3	3
3	1	3	3	2	2	3	3	4
3	3	2	3	3	4	2	3	3
3	1	3	3	2	2	3	3	4
3	3	2	3	3	4	3	3	3

Aitem45	Aitem46	Aitem47	Aitem48	Aitem49	Aitem50	Aitem51	Aitem52	Aitem53
2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	2	3	2
2	3	3	3	3	4	3	4	3
1	3	3	4	4	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	4	4	3
1	3	2	3	2	2	3	3	2
2	3	3	3	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	4	4	3
2	3	3	3	3	3	4	4	3
1	2	2	4	1	3	3	3	1
2	4	2	3	3	3	3	3	2
1	3	3	4	4	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	4	4	3
1	3	2	3	2	2	3	3	2
2	3	3	3	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	4	4	3
2	3	3	3	3	3	4	4	3
1	2	2	4	1	3	3	3	1
2	4	2	3	3	3	3	3	2
2	3	2	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	2
2	3	3	4	3	4	4	4	4
3	3	4	3	2	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3
1	2	2	4	1	3	3	3	1
3	3	3	3	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	2	3	2
2	3	3	3	3	4	3	4	3
2	3	3	4	3	4	4	4	4
3	3	4	3	2	4	3	3	3
1	2	2	4	1	3	3	3	1
2	3	3	3	2	3	3	3	3

Aitem54	Aitem55	Aitem56
3	2	2
3	2	2
2	2	2
3	3	3
2	2	2
3	2	2
3	3	3
4	3	3
3	2	3
3	3	3
4	3	3
4	3	3
2	1	2
2	2	3
3	3	3
4	3	3
3	2	3
3	3	3
4	3	3
4	3	3
2	1	2
2	2	3
3	3	3
2	2	2
4	4	4
3	2	2
3	2	3
2	3	3
2	1	2
3	2	3
3	2	2
3	2	2
2	2	2
3	3	3
2	2	2
3	2	2
4	4	4
3	2	2
2	1	2
3	3	3

LAMPIRAN 5:

HASIL TRY OUT VARIABEL IKLIM ORGANISASI

SELEKSI 1

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded (a)	0	,0
	Total	40	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,955	,952	56

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2,784	2,025	3,350	1,325	1,654	,108	56
Item Variances	,351	,025	,856	,831	34,231	,028	56
Inter-Item Covariances	,096	-,246	,615	,862	-2,500	,014	56
Inter-Item Correlations	,260	-,595	1,000	1,595	-1,681	,079	56

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aitem1	153,13	306,061	,495	.	,954
Aitem2	153,43	296,558	,792	.	,953
Aitem3	152,88	301,189	,649	.	,953
Aitem4	152,90	311,528	,159	.	,956
Aitem5	152,65	304,387	,716	.	,953
Aitem6	153,20	308,472	,420	.	,954
Aitem7	152,70	313,908	,101	.	,955
Aitem8	152,73	310,153	,222	.	,955
Aitem9	152,80	310,062	,502	.	,954
Aitem10	153,10	305,631	,533	.	,954
Aitem11	153,15	303,618	,614	.	,953
Aitem12	153,55	291,792	,843	.	,952
Aitem13	153,23	299,974	,666	.	,953
Aitem14	153,65	295,874	,787	.	,952
Aitem15	152,55	309,844	,321	.	,955
Aitem16	153,68	298,122	,795	.	,953
Aitem17	152,80	312,626	,135	.	,955
Aitem18	153,53	306,974	,400	.	,954
Aitem19	153,28	297,538	,623	.	,953
Aitem20	153,30	301,395	,587	.	,954
Aitem21	152,75	313,372	,158	.	,955
Aitem22	153,55	297,690	,762	.	,953
Aitem23	152,90	308,400	,350	.	,955
Aitem24	152,90	309,579	,519	.	,954
Aitem25	152,80	310,062	,502	.	,954
Aitem26	153,50	293,385	,774	.	,952
Aitem27	153,03	314,846	,018	.	,956
Aitem28	153,28	285,435	,935	.	,951
Aitem29	153,43	310,046	,293	.	,955
Aitem30	152,73	309,230	,454	.	,954
Aitem31	153,25	302,962	,470	.	,954
Aitem32	153,00	299,795	,657	.	,953
Aitem33	153,28	306,769	,410	.	,954
Aitem34	153,18	307,584	,393	.	,954
Aitem35	152,60	306,862	,321	.	,955
Aitem36	152,88	315,343	,029	.	,955
Aitem37	153,33	307,097	,388	.	,954
Aitem38	152,75	298,603	,828	.	,953
Aitem39	153,03	303,717	,585	.	,954
Aitem40	153,10	301,990	,492	.	,954
Aitem41	153,70	300,421	,615	.	,953
Aitem42	153,50	307,231	,384	.	,954
Aitem43	153,50	299,846	,750	.	,953
Aitem44	153,23	312,384	,174	.	,955
Aitem45	153,88	309,292	,250	.	,955
Aitem46	152,95	311,074	,314	.	,955
Aitem47	153,08	307,097	,466	.	,954
Aitem48	152,70	315,549	-,013	.	,956
Aitem49	153,28	304,410	,409	.	,954
Aitem50	152,80	309,549	,372	.	,954
Aitem51	152,75	304,038	,668	.	,953
Aitem52	152,65	305,515	,641	.	,954
Aitem53	153,28	295,179	,778	.	,952
Aitem54	153,00	296,103	,776	.	,953
Aitem55	153,53	292,358	,894	.	,952
Aitem56	153,28	299,692	,764	.	,953

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
155,90	315,528	17,763	56

ANOVA with Friedman's Test and Tukey's Test for Nonadditivity(b)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People	219,743	39	5,634		
Within People					
Between Items	237,821	55	4,324	16,930	,000
Residual Nonadditivity	21,131(a)	1	21,131	86,013	,000
Balance	526,726	2144	,246		
Total	547,857	2145	,255		
Total	785,679	2200	,357		
Total	1005,421	2239	,449		

Grand Mean = 2,78

a Tukey's estimate of power to which observations must be raised to achieve additivity = 3,649.

b The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

SELEKSI 2

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,962	,961	45

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum/ Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2,756	2,200	3,350	1,150	1,523	,100	45
Item Variances	,375	,092	,856	,763	9,271	,029	45
Inter-Item Covariances	,135	-,246	,615	,862	-2,500	,015	45
Inter-Item Correlations	,356	-,450	1,000	1,450	-2,220	,061	45

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aitem1	121,23	276,281	,465	.	,962
Aitem2	121,53	265,999	,827	.	,960
Aitem3	120,98	271,666	,623	.	,961
Aitem5	120,75	274,500	,693	.	,961
Aitem6	121,30	278,062	,419	.	,962
Aitem9	120,90	279,528	,507	.	,962
Aitem10	121,20	276,164	,486	.	,962
Aitem11	121,25	273,577	,607	.	,961
Aitem12	121,65	261,618	,867	.	,960
Aitem13	121,33	269,763	,677	.	,961
Aitem14	121,75	265,833	,800	.	,960
Aitem15	120,65	280,285	,263	.	,963
Aitem16	121,78	267,666	,825	.	,960
Aitem18	121,63	277,471	,356	.	,962
Aitem19	121,38	266,804	,657	.	,961
Aitem20	121,40	270,400	,630	.	,961
Aitem22	121,65	267,054	,798	.	,960
Aitem23	121,00	278,564	,319	.	,962
Aitem24	121,00	279,641	,469	.	,962
Aitem25	120,90	279,528	,507	.	,962
Aitem26	121,60	262,913	,807	.	,960
Aitem28	121,38	255,830	,949	.	,959
Aitem30	120,83	278,969	,440	.	,962
Aitem31	121,35	273,105	,458	.	,962
Aitem32	121,10	269,477	,673	.	,961
Aitem33	121,38	276,599	,402	.	,962
Aitem34	121,28	277,999	,350	.	,962
Aitem35	120,70	277,703	,271	.	,963
Aitem37	121,43	276,815	,384	.	,962
Aitem38	120,85	268,079	,862	.	,960
Aitem39	121,13	274,369	,540	.	,962
Aitem40	121,20	271,292	,517	.	,962
Aitem41	121,80	269,908	,638	.	,961
Aitem42	121,60	276,144	,422	.	,962
Aitem43	121,60	269,990	,744	.	,961
Aitem46	121,05	279,895	,363	.	,962
Aitem47	121,18	276,404	,487	.	,962
Aitem49	121,38	273,112	,454	.	,962
Aitem50	120,90	279,733	,328	.	,962
Aitem51	120,85	274,233	,644	.	,961
Aitem52	120,75	275,731	,607	.	,961
Aitem53	121,38	264,958	,799	.	,960
Aitem54	121,10	266,195	,781	.	,960
Aitem55	121,63	262,394	,910	.	,960
Aitem56	121,38	269,676	,767	.	,961

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
124,00	284,769	16,875	45

ANOVA with Friedman's Test and Tukey's Test for Nonadditivity(b)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People	246,800	39	6,328		
Within People					
Between Items	175,194	44	3,982	16,647	,000
Residual Nonadditivity	17,823(a)	1	17,823	77,850	,000
Balance	392,627	1715	,229		
Total	410,450	1716	,239		
Total	585,644	1760	,333		
Total	832,444	1799	,463		

Grand Mean = 2,76

a Tukey's estimate of power to which observations must be raised to achieve additivity = 3,374.

b The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

SELEKSI 3

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,964	,962	43

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum/Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2,729	2,200	3,250	1,050	1,477	,088	43
Item Variances	,374	,092	,856	,763	9,271	,029	43
Inter-Item Covariances	,143	-,138	,615	,754	-4,444	,015	43
Inter-Item Correlations	,373	-,345	1,000	1,345	-2,897	,057	43

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aitem1	114,58	265,430	,457	.	,963
Aitem2	114,88	254,830	,846	.	,962
Aitem3	114,33	261,302	,596	.	,963
Aitem5	114,10	263,938	,666	.	,963
Aitem6	114,65	267,310	,401	.	,964
Aitem9	114,25	268,551	,500	.	,963
Aitem10	114,55	265,690	,455	.	,963
Aitem11	114,60	262,554	,612	.	,963
Aitem12	115,00	250,923	,868	.	,961
Aitem13	114,68	258,533	,695	.	,962
Aitem14	115,10	255,067	,799	.	,962
Aitem16	115,13	256,728	,831	.	,962
Aitem18	114,98	266,743	,341	.	,964
Aitem19	114,73	255,128	,692	.	,962
Aitem20	114,75	259,167	,647	.	,963
Aitem22	115,00	255,949	,813	.	,962
Aitem23	114,35	267,413	,325	.	,964
Aitem24	114,35	268,900	,439	.	,963
Aitem25	114,25	268,551	,500	.	,963
Aitem26	114,95	251,741	,825	.	,962
Aitem28	114,73	245,281	,948	.	,961
Aitem30	114,18	267,789	,451	.	,963
Aitem31	114,70	262,113	,460	.	,964
Aitem32	114,45	258,254	,691	.	,962
Aitem33	114,73	266,051	,378	.	,964
Aitem34	114,63	267,215	,337	.	,964
Aitem37	114,78	266,333	,357	.	,964
Aitem38	114,20	257,241	,863	.	,962
Aitem39	114,48	263,897	,514	.	,963
Aitem40	114,55	259,485	,555	.	,963
Aitem41	115,15	259,003	,640	.	,963
Aitem42	114,95	264,767	,442	.	,963
Aitem43	114,95	259,433	,727	.	,962
Aitem46	114,40	268,400	,398	.	,964
Aitem47	114,53	265,384	,489	.	,963
Aitem49	114,73	261,846	,468	.	,964
Aitem50	114,25	269,064	,301	.	,964
Aitem51	114,20	263,703	,617	.	,963
Aitem52	114,10	265,169	,578	.	,963
Aitem53	114,73	253,897	,813	.	,962
Aitem54	114,45	255,587	,773	.	,962
Aitem55	114,98	251,461	,920	.	,961
Aitem56	114,73	258,615	,778	.	,962

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
117,35	273,618	16,541	43

ANOVA with Friedman's Test and Tukey's Test for Nonadditivity(b)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People	248,165	39	6,363		
Within People					
Between Items	147,997	42	3,524	15,206	,000
Residual Nonadditivity	15,850(a)	1	15,850	71,332	,000
Balance	363,735	1637	,222		
Total	379,585	1638	,232		
Total	527,581	1680	,314		
Total	775,747	1719	,451		

Grand Mean = 2,73

a Tukey's estimate of power to which observations must be raised to achieve additivity = 3,351.

b The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

LAMPIRAN 6:

SKALA



**Universitas Diponegoro
Semarang
2006**

BIODATA

Mohon diisi secara singkat dan jelas:

1. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita

2. Usia : Tahun

3. Lama Bekerja : Tahun

4. Bagian : a. *Design* Motif
b. *Design* Garmen (Pakaian)
c. *Design* House Hold
d.

Petunjuk Pengisian

Berikut ini disajikan sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan situasi yang benar-benar Anda rasakan. Bacalah pernyataan-pernyataan tersebut dengan teliti dan seksama, kemudian berilah **tanda silang (X)** untuk pilihan jawaban yang dianggap paling sesuai dengan diri Anda. Pilihlah:

- [SS] Jika pernyataan itu **SANGAT SESUAI** dengan Anda
- [S] Jika pernyataan itu **SESUAI** dengan Anda
- [TS] Jika pernyataan itu **TIDAK SESUAI** dengan Anda
- [STS] Jika pernyataan itu **SANGAT TIDAK SESUAI** dengan Anda

Jika Anda ingin mengganti jawaban, dapat dilakukan dengan cara berikut ini:

Semula	:	S	S	TS	STS
Dibetulkan	:	S	S	TS	STS

Jawaban yang diharapkan adalah jawaban yang paling mencerminkan diri Anda yang sebenarnya. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, oleh karena itu jawablah sejujur-jujurnya sesuai dengan kata hati Anda.

Periksalah kembali jawaban untuk setiap pernyataan, sehingga tidak ada pernyataan yang terlewat.

Terima kasih atas partisipasi Anda.

Hormat saya,

D. Amallia Rani

SKALA 1

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
1.	Lingkungan tempat kerja yang nyaman, membuat semangat kerja saya meningkat	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
2.	Saya tidak memiliki potensi kreatif, karena saya kurang produktif dalam menghasilkan kreasi-kreasi baru	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
3.	Dengan kerja keras, saya akan mendapatkan kemajuan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
4.	Banyak hal lain dalam hidup saya yang lebih penting daripada pekerjaan saya	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
5.	Atasan puas dengan hasil kerja saya, karena kreasi saya selalu tepat sasaran	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
6.	Saya merasa bahwa kerja keras adalah faktor dasar dari keberhasilan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
7.	Banyaknya inspirasi dari berbagai hal, membuat saya tidak pernah kehabisan ide dalam menghasilkan kreasi baru	[SS]	[S]	[TS]	[STS]

8.	Saya sulit sekali berkonsentrasi ketika menyelesaikan pekerjaan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
9.	Jika satu pekerjaan sudah selesai, saya akan langsung menyelesaikan pekerjaan lainnya	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
10.	Saya selalu membutuhkan bantuan dari orang lain dalam menyelesaikan pekerjaan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
11.	Jika saya ingin mencoba sesuatu yang baru, maka atasan saya akan memberi kesempatan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
12.	Hasil pekerjaan saya lebih sering mendapatkan kritikan dari atasan daripada pujian	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
13.	Banyak hal baru yang saya dapatkan dari orang-orang disekitar, yang berguna dalam menyelesaikan kreasi saya	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
14.	Pekerjaan saya sekarang ini sungguh tidak menarik minat saya	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
15.	Saya mempunyai banyak				

	pekerjaan tetapi terlalu sedikit waktu untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
16.	Hubungan antar karyawan kurang terjalin dengan baik karena saling mengutamakan kepentingannya masing-masing	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
17.	Sangat sulit bagi saya untuk menuangkan ide-ide yang sudah ada dalam pikiran	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
18.	Dengan berimajinasi, seringkali saya mendapatkan ide-ide baru	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
19.	Banyaknya tuntutan dari perusahaan, membuat kualitas kerja saya menurun	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
20.	Saya sering mendapatkan inspirasi dari lingkungan sekitar saya	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
21.	Saya tidak memiliki kebebasan untuk membuat keputusan dalam menyelesaikan pekerjaan saya sendiri	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
22.	Perusahaan selalu				

	menyediakan semua kebutuhan yang dapat menunjang saya dalam berkreasi	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
23.	Saya selalu terburu-buru menyelesaikan pekerjaan jika sudah diburu batas waktu	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
24.	Atasan dan rekan kerja selalu mendukung ide-ide baru saya dalam menyelesaikan pekerjaan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
25.	Sulit bagi saya untuk menghasilkan ide-ide baru karena saya merasa tertekan dengan banyaknya tuntutan dari perusahaan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
26.	Saya mencoba untuk mengkombinasikan beberapa hasil kerja saya yang lalu, agar dapat menghasilkan sesuatu yang baru	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
27.	Kreasi saya sering dianggap sebagai sesuatu yang sia-sia	[SS]	[S]	[TS]	[STS]

SKALA 2

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
1.	Setiap karyawan diberi tanggung jawab penuh dalam melaksanakan tugasnya masing-masing	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
2.	Saran dan usulan saya kurang diperhatikan oleh atasan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
3.	Dalam perusahaan ini, sangat terasa adanya kebersamaan yang dapat menumbuhkan semangat kerja	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
4.	Cara atasan menyampaikan pengarahan atau perintah kurang berkenan di hati saya	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
5.	Saya mampu menyelesaikan tugas yang diberikan tepat waktu	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
6.	Tidak ada seorang pun yang mau menolong jika saya mendapat kesulitan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
7.	Saya mencoba mengembangkan desain lama saya menjadi suatu desain yang baru	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
8.	Seringkali dalam perusahaan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]

	ini terjadi pertentangan antar karyawan				
9.	Setiap orang diberi kesempatan untuk ikut serta secara aktif dalam mencapai tujuan perusahaan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
10.	Tidak ada batas-batas yang jelas akan ruang lingkup tugas	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
11.	Standar kerja yang telah ditetapkan, dalam pelaksanaannya memungkinkan semua karyawan untuk mencapainya	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
12.	Kebijakan dan garis wewenang dalam perusahaan ini kurang dapat dimengerti dengan jelas	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
13.	Saya rasa pemberian imbalan sudah sesuai dengan beban kerja	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
14.	Dalam perusahaan ini tidak ada penghargaan bagi karyawan atas hasil pekerjaan yang baik	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
15.	Dalam perusahaan ini, semua pekerjaan telah direncanakan dan dikoordinasikan dengan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]

	baik sehingga dapat mencapai produktivitas kerja yang baik				
16.	Pemberian gaji dan bonus pernah tidak tepat waktu	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
17.	Dalam lingkungan kerja saya, komunikasi antar rekan sekerja terjalin dengan baik	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
18.	Saya kurang sesuai dengan beberapa peraturan yang ada dalam perusahaan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
19.	Dalam perusahaan ini, karyawan saling tolong menolong satu sama lain	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
20.	Setiap ada rapat karyawan, saya takut untuk mengemukakan pendapat	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
21.	Atasan saya membuat saya merasa seperti anggota tim kerja yang berharga	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
22.	Saya merasa tanggung jawab yang diberikan kepada saya terlampau berat	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
23.	Dalam perusahaan ini, dirasakan adanya kesempatan untuk meningkatkan cara	[SS]	[S]	[TS]	[STS]

	kerja, pengetahuan dan pengalaman				
24.	Saya merasa atasan pilih kasih dengan beberapa karyawan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
25.	Rekan sekerja memberikan bantuan ketika saya sedang belajar tugas-tugas baru	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
26.	Atasan jarang memberikan kesempatan kepada saya untuk ikut memutuskan suatu masalah yang sedang didiskusikan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
27.	Saya bekerja keras demi kesuksesan dan kemajuan perusahaan tempat saya bekerja ini	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
28.	Atasan saya tidak pernah memperhatikan usul yang saya ajukan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
29.	Saya ikut mengemukakan pendapat ketika perusahaan sedang berusaha menyelesaikan suatu permasalahan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
30.	Rekan sekerja saya tidak				

	dapat diandalkan ketika saya menghadapi masalah berat dengan pekerjaan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
31.	Perusahaan memperhatikan kesejahteraan karyawannya	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
32.	Apabila terjadi kesalahan, orang-orang akan berusaha untuk menyalahkan orang lain	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
33.	Dalam perusahaan ini, pelaksanaan pekerjaan tidak menyimpang dari kebijakan, peraturan dan prosedur yang telah ditetapkan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
34.	Tujuan perusahaan sulit untuk dipahami, apalagi untuk merealisasikannya	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
35.	Mencapai keunggulan dan target menjadi perhatian utama dalam perusahaan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
36.	Meski telah menyelesaikan pekerjaan dengan baik, atasan saya tidak pernah memberikan pujian	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
37.	Setiap karyawan mau berbagi informasi yang berkaitan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]

	dengan pekerjaan				
38.	Saya diberi gaji lebih rendah untuk apa yang saya kerjakan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
39.	Saya dapat mendiskusikan pekerjaan dengan atasan, dan memperoleh saran yang membangun darinya	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
40.	Ketika pekerjaan saya sudah selesai lebih awal, berarti ada waktu lebih untuk bersantai	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
41.	Atasan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengajukan usulan untuk meningkatkan produktivitas kerja	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
42.	Pernah beberapa kali saya meninggalkan kantor, padahal pekerjaan saya belum terselesaikan	[SS]	[S]	[TS]	[STS]
43.	Orang-orang dalam perusahaan ini selalu berusaha mencari cara untuk mendapatkan keuntungan pribadi	[SS]	[S]	[TS]	[STS]

**“Silakan Periksa Kembali Jawaban
Anda, Jangan Sampai Ada
Jawaban Yang Terlewat”**

TERIMA KASIH

Aitem9	Aitem10	Aitem11	Aitem12	Aitem13	Aitem14	Aitem15	Aitem16	Aitem17
4	3	2	2	3	3	3	3	3
4	3	2	2	3	4	3	3	3
3	3	3	2	3	3	2	3	3
3	2	3	2	3	3	2	3	3
3	3	2	3	3	4	3	3	4
3	3	2	2	3	3	1	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	2	2	2	2
1	3	3	1	3	1	2	1	1
3	3	4	2	3	2	3	2	3
3	2	2	2	3	2	2	2	2
1	2	2	2	3	2	2	2	2
3	3	3	2	3	2	2	2	3
1	2	3	3	1	3	4	3	2
3	3	2	2	3	4	4	4	3
3	2	4	2	4	3	4	3	3
3	2	3	2	4	3	3	2	3
3	3	2	3	4	4	4	3	3
3	2	4	2	3	3	2	3	3
3	2	4	2	4	3	4	3	3
4	3	1	2	4	3	3	1	4
3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	2	2	3	3	2	3	3
3	3	3	2	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	3	3	3
2	3	2	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3
4	3	1	2	4	3	3	1	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	2	2	2	3	2	2	2	2
3	2	2	2	3	2	2	2	2
3	3	3	2	3	2	2	2	3
2	3	3	3	3	3	3	2	3
3	3	3	2	3	2	2	2	2
4	3	3	2	3	2	2	2	2
4	4	4	4	4	3	3	3	4
2	3	2	2	3	2	1	2	2
1	3	3	1	3	1	2	1	1
3	3	4	2	3	2	3	2	3

Aitem18	Aitem19	Aitem20	Aitem21	Aitem22	Aitem23	Aitem24	Aitem25	Aitem26
2	3	3	2	2	3	3	1	3
2	3	3	2	2	3	3	1	3
3	1	3	1	2	2	3	2	2
3	2	3	3	3	2	3	2	3
3	3	3	2	3	3	3	2	2
3	1	3	2	2	2	3	2	3
3	3	4	3	4	4	3	4	4
4	3	4	2	3	3	3	3	3
1	2	2	3	3	4	2	2	2
3	3	4	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	3	2	2	3
2	2	2	2	2	3	2	2	3
1	3	3	2	2	1	3	2	3
2	2	2	3	3	3	2	2	4
3	3	3	2	3	3	3	2	2
2	3	3	3	3	4	3	1	3
3	2	2	1	2	3	2	2	3
2	3	3	2	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	2	3	1	3
2	3	3	3	3	4	3	1	3
4	3	2	1	1	2	2	2	1
3	3	3	2	2	3	3	2	3
3	2	3	3	2	2	2	2	3
2	3	3	3	2	3	2	3	3
3	4	3	3	4	3	3	3	4
2	3	3	1	3	3	2	2	3
4	3	3	3	3	3	3	3	2
3	2	3	2	2	2	3	2	3
3	3	2	1	1	3	2	2	2
3	3	3	3	2	3	3	3	2
3	2	2	2	2	3	2	2	2
2	2	2	2	2	1	2	2	3
2	3	3	2	2	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	3	3	2	3	3	3	2	2
2	2	2	2	3	1	2	2	2
3	3	4	4	4	4	3	4	2
3	2	3	3	2	2	3	1	3
1	2	2	2	3	1	2	2	2
1	3	4	3	3	3	3	3	3

Aitem27	TOTAL	No. Sbj
2	77	1
2	74	2
3	67	3
2	72	4
3	78	5
2	65	6
4	93	7
4	78	8
3	52	9
3	80	10
2	59	11
2	58	12
2	62	13
3	65	14
2	76	15
3	80	16
2	69	17
3	83	18
3	74	19
3	80	20
1	65	21
3	76	22
3	70	23
3	75	24
3	91	25
2	69	26
3	80	27
3	73	28
1	67	29
3	78	30
2	56	31
2	58	32
2	65	33
3	78	34
3	63	35
3	61	36
4	92	37
3	64	38
3	48	39
3	78	40

LAMPIRAN 8:

**JAWABAN SKALA PENELITIAN
IKLIM ORGANISASI**

Aitem Subjek	Aitem1	Aitem2	Aitem3	Aitem4	Aitem5	Aitem6	Aitem7	Aitem8
1	3	2	2	2	2	3	3	2
2	3	2	2	2	2	3	3	2
3	3	2	3	2	2	3	3	2
4	4	3	3	2	3	3	3	3
5	3	2	3	2	3	3	3	2
6	3	2	2	1	3	3	3	2
7	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	4	3	3	3	3	3	3
9	3	2	3	3	3	2	3	2
10	4	3	4	3	3	3	3	3
11	3	4	3	3	3	3	3	3
12	3	4	3	3	2	3	3	3
13	3	1	2	1	3	3	3	1
14	3	2	3	2	2	3	3	3
15	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	4	3	3	3	3	3	3
17	3	2	3	3	3	2	3	2
18	4	3	4	3	3	3	3	3
19	3	4	3	3	3	3	3	3
20	3	4	3	3	2	3	3	3
21	3	1	2	1	3	3	3	1
22	3	2	3	2	2	3	3	3
23	3	3	3	2	2	3	3	3
24	3	2	2	2	3	3	3	2
25	4	4	4	4	4	4	3	3
26	3	3	4	3	3	3	3	2
27	3	3	3	3	3	3	3	2
28	3	2	3	3	2	3	3	2
29	3	1	2	1	3	3	3	1
30	3	3	3	3	2	3	3	2
31	3	2	2	2	2	3	3	2
32	3	2	2	2	2	3	3	2
33	3	2	3	2	2	3	3	2
34	4	3	3	2	3	3	3	3
35	3	2	3	2	3	3	3	2
36	3	2	2	1	3	3	3	2
37	3	3	4	4	4	4	3	3
38	3	3	4	3	3	3	3	2
39	3	1	2	1	3	3	3	1
40	4	3	4	3	3	3	3	3

Aitem9	Aitem10	Aitem11	Aitem12	Aitem13	Aitem14	Aitem15	Aitem16	Aitem17
3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	3	2	2	3	2	3	2	3
3	2	3	3	2	2	3	2	3
3	3	3	2	3	2	3	3	3
3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	3	3	3	2	2	3	2	4
4	3	2	1	2	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	4	2	3	2	3	1	2
3	3	3	2	3	2	3	2	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
2	1	1	2	1	1	2	1	3
3	2	3	2	2	2	4	2	3
4	3	2	1	2	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	4	2	3	2	3	1	2
3	3	3	2	3	2	3	2	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
2	1	1	2	1	1	2	1	3
3	2	3	2	2	2	4	2	3
3	2	3	2	2	2	3	3	3
3	3	3	2	2	2	3	2	3
4	3	4	3	2	3	3	3	4
3	3	3	3	3	2	3	2	4
3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	2	3	3	2	3	3	2	3
2	1	1	2	2	1	2	1	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	3	2	2	3	2	3	2	3
3	2	3	3	2	2	3	2	3
3	3	3	2	3	2	3	3	3
3	3	3	2	2	2	3	2	3
3	3	3	3	2	2	3	2	4
4	3	4	3	2	3	3	3	4
3	3	3	3	3	2	3	2	4
2	1	1	2	2	1	2	1	3
3	3	3	2	3	2	3	2	3

Aitem27	Aitem28	Aitem29	Aitem30	Aitem31	Aitem32	Aitem33	Aitem34	Aitem35
2	3	2	3	2	3	2	3	3
2	3	2	3	2	3	2	3	3
3	2	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	2	4	3	4	2	3	2	3
4	3	3	3	3	2	2	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3
2	3	3	4	3	3	3	3	3
3	1	1	3	2	1	2	2	3
3	2	3	3	2	3	3	2	3
3	3	3	3	3	4	3	3	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	2	4	3	4	2	3	2	3
4	3	3	3	3	2	2	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3
2	3	3	4	3	3	3	3	3
3	1	1	3	2	1	2	2	3
3	2	3	3	2	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	2	2	3
3	2	2	3	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	2	3	3	2	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	1	1	3	2	1	2	2	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3
2	3	2	3	2	3	2	3	3
2	3	2	3	2	3	2	3	3
3	2	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	2	3	3	2	3	4	3
3	1	1	3	2	1	2	2	3
4	3	3	3	3	2	2	3	3

LAMPIRAN 9:

A. UJI NORMALITAS

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Kreativitas	40	71,23	10,423	48	93
IklimOrgns	40	117,28	16,070	87	153

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kreativitas	IklimOrgns
N		40	40
Normal Parameters(a,b)	Mean	71,22	117,28
	Std. Deviation	10,423	16,070
Most Extreme Differences	Absolute	,100	,127
	Positive	,100	,127
	Negative	-,080	-,104
Kolmogorov-Smirnov Z		,632	,803
Asymp. Sig. (2-tailed)		,819	,540

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

PPlot

MODEL: MOD_1.

Distribution tested: Normal

Proportion estimation formula used: Blom's

Rank assigned to ties: Mean

—

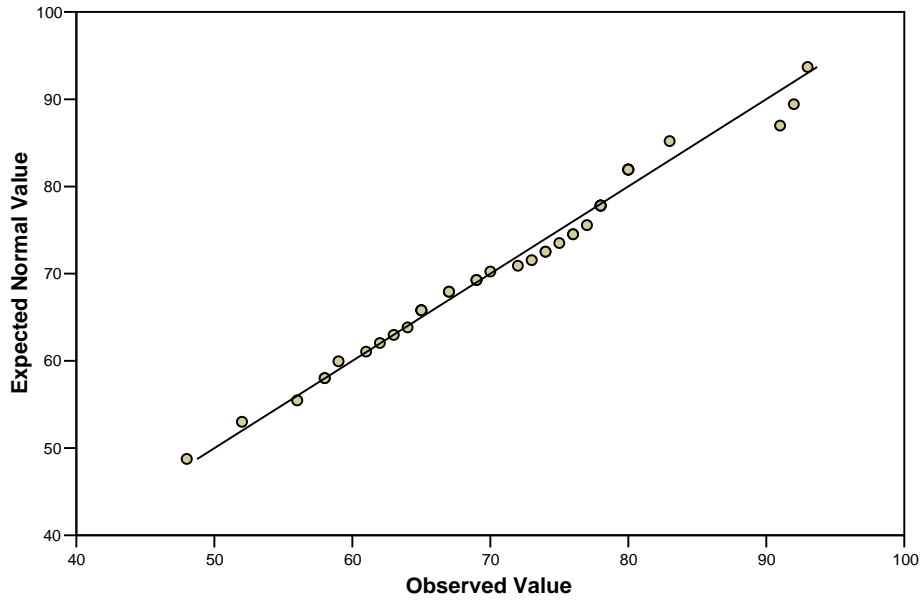
For variable Kreativitas ...

Normal distribution parameters estimated: location = 71,225 and scale = 10,42307

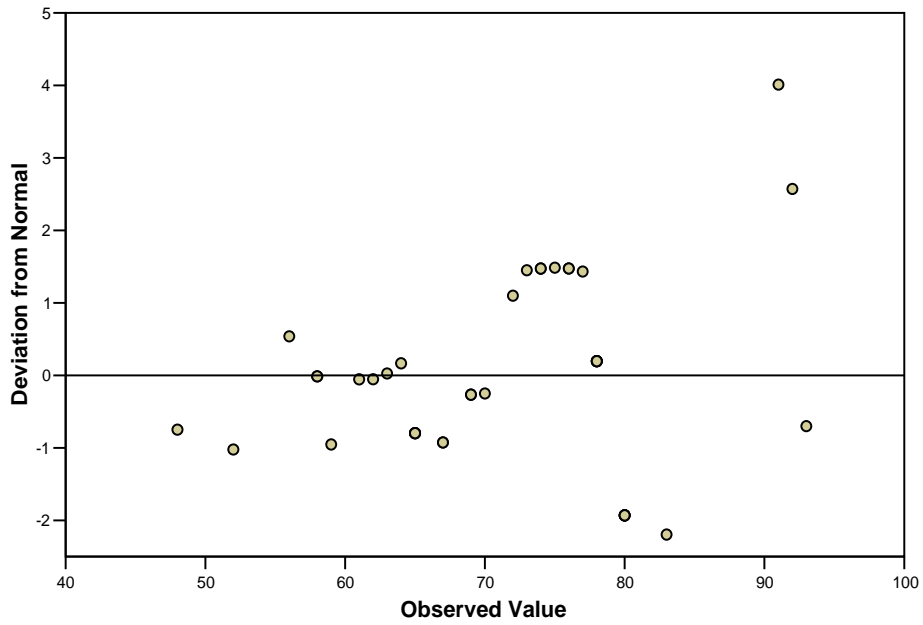
For variable IklimOrgns ...

Normal distribution parameters estimated: location = 117,275 and scale = 16,070338

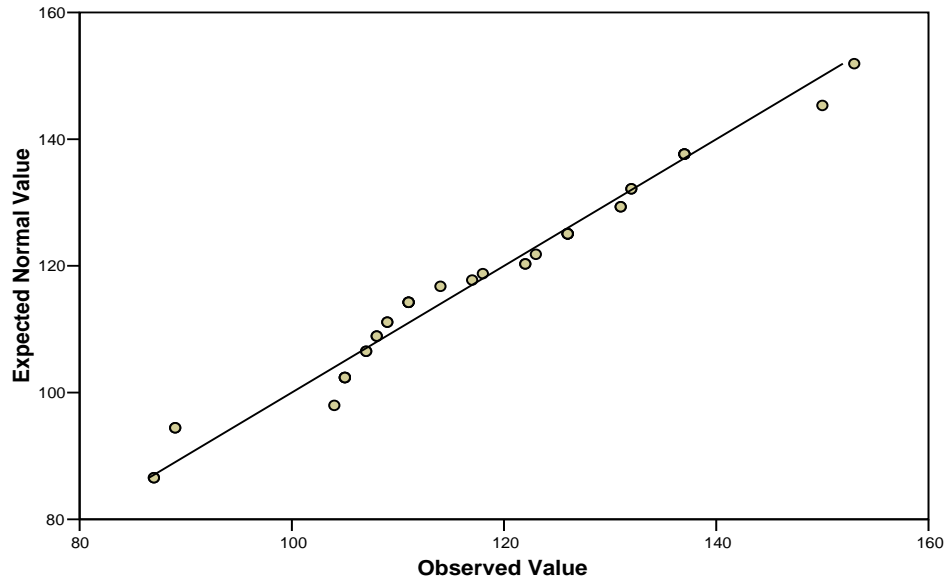
Normal Q-Q Plot of Kreativitas



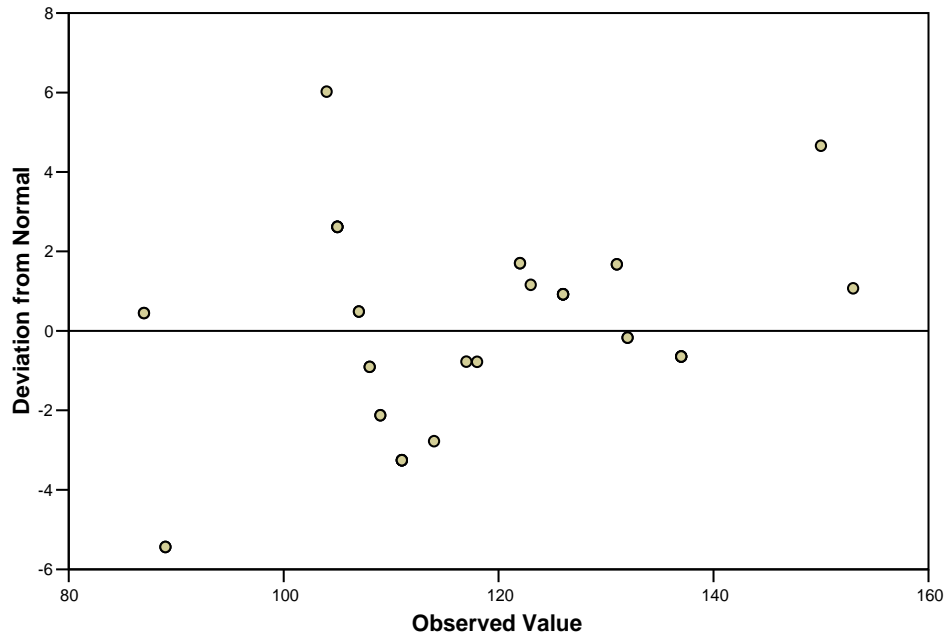
Detrended Normal Q-Q Plot of Kreativitas



Normal Q-Q Plot of IklimOrgns



Detrended Normal Q-Q Plot of IklimOrgns



B. UJI LINEARITAS

Curve Fit

MODEL: MOD_2.

—

Dependent variable.. Kreativitas Method.. LINEAR

Listwise Deletion of Missing Data

Multiple R ,61117
R Square ,37353
Adjusted R Square ,35704
Standard Error 8,35769

Analysis of Variance:

	DF	Sum of Squares	Mean Square
Regression	1	1582,6346	1582,6346
Residuals	38	2654,3404	69,8511

F = 22,65727 Signif F = ,0000

----- Variables in the Equation -----

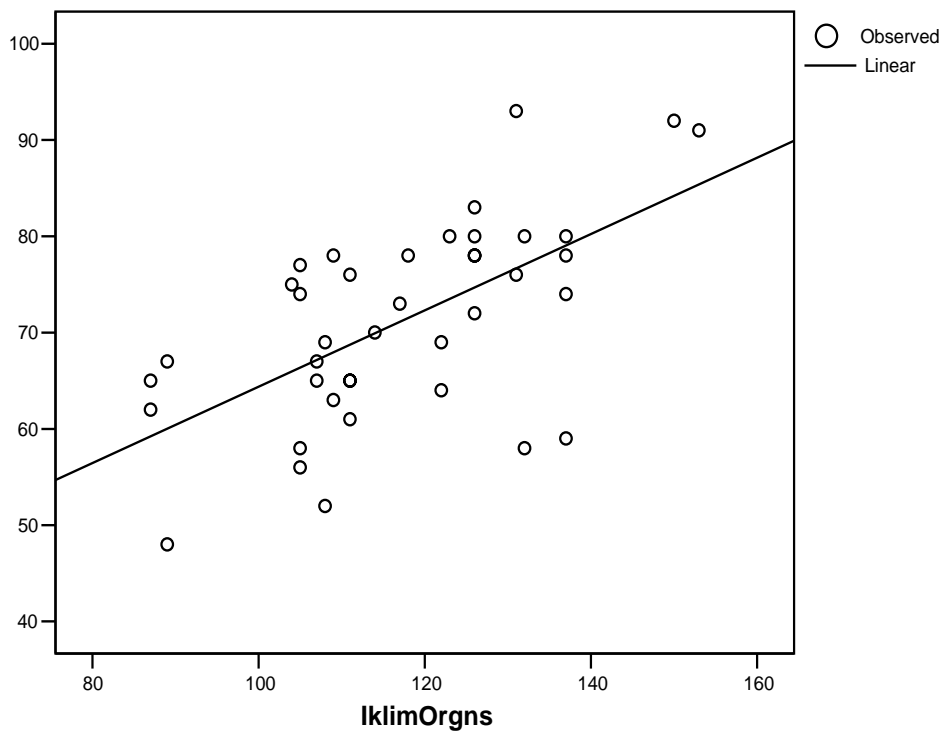
—

Variable T	B	SE B	Beta	T	Sig
IklimOrg	,396399	,083278	,611170	4,760	,0000
(Constant)	24,737259	9,855400		2,510	,0165

Abbreviated Extended
Name Name

IklimOrg IklimOrgns

Kreativitas



C. UJI HIPOTESIS: ANALISIS REGRESI

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kreativitas	71,22	10,423	40
IklimOrgns	117,28	16,070	40

Correlations

		Kreativitas	IklimOrgns
Pearson Correlation	Kreativitas	1,000	,611
	IklimOrgns	,611	1,000
Sig. (1-tailed)	Kreativitas	.	,000
	IklimOrgns	,000	.
N	Kreativitas	40	40
	IklimOrgns	40	40

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	IklimOrgns(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Kreativitas

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,611(a)	,374	,357	8,358

a Predictors: (Constant), IklimOrgns

b Dependent Variable: Kreativitas

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1582,635	1	1582,635	22,657	,000(a)
	Residual	2654,340	38	69,851		
	Total	4236,975	39			

a Predictors: (Constant), IklimOrgns

b Dependent Variable: Kreativitas

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,737	9,855		2,510	,016
	IklimOrgns	,396	,083	,611	4,760	,000

a Dependent Variable: Kreativitas

Casewise Diagnostics(a)

Case Number	Std. Residual	Kreativitas	Predicted Value	Residual
1	1,273	77	66,36	10,641
2	,914	74	66,36	7,641
3	-,018	67	67,15	-,152
4	-,321	72	74,68	-2,684
5	1,203	78	67,94	10,055
6	-,447	65	68,74	-3,738
7	1,954	93	76,67	16,334
8	-,125	78	79,04	-1,044
9	-1,860	52	67,55	-15,548
10	,636	80	74,68	5,316
11	-2,398	59	79,04	-20,044
12	-2,281	58	77,06	-19,062
13	,332	62	59,22	2,776
14	-,447	65	68,74	-3,738
15	-,080	76	76,67	-,666
16	,114	80	79,04	,956
17	,174	69	67,55	1,452
18	,995	83	74,68	8,316
19	-,604	74	79,04	-5,044
20	,352	80	77,06	2,938
21	,691	65	59,22	5,776
22	,869	76	68,74	7,262
23	,009	70	69,93	,073
24	1,081	75	65,96	9,037
25	,672	91	85,39	5,614
26	-,490	69	73,10	-4,098
27	,778	80	73,49	6,506
28	,225	73	71,12	1,884
29	,836	67	60,02	6,983
30	,776	78	71,51	6,488
31	-1,239	56	66,36	-10,359
32	-1,000	58	66,36	-8,359
33	-,257	65	67,15	-2,152
34	,397	78	74,68	3,316
35	-,592	63	67,94	-4,945
36	-,926	61	68,74	-7,738
37	,934	92	84,20	7,803
38	-1,089	64	73,10	-9,098
39	-1,438	48	60,02	-12,017
40	,397	78	74,68	3,316

a Dependent Variable: Kreativitas

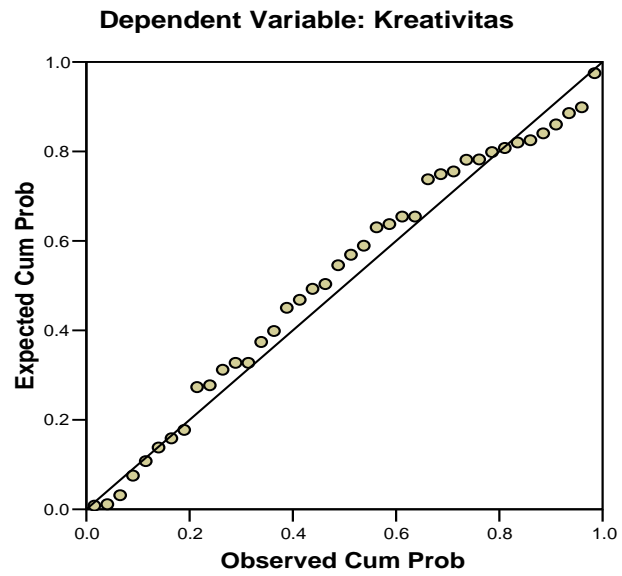
Residuals Statistics(a)

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	59,22	85,39	71,22	6,370	40
Std. Predicted Value	-1,884	2,223	,000	1,000	40
Standard Error of Predicted Value	1,322	3,255	1,797	,519	40
Adjusted Predicted Value	58,47	84,38	71,19	6,349	40
Residual	-20,044	16,334	,000	8,250	40
Std. Residual	-2,398	1,954	,000	,987	40
Stud. Residual	-2,478	1,999	,002	1,014	40
Deleted Residual	-21,406	17,081	,033	8,710	40
Stud. Deleted Residual	-2,671	2,085	-,007	1,044	40
Mahal. Distance	,000	4,942	,975	1,267	40
Cook's Distance	,000	,209	,028	,044	40
Centered Leverage Value	,000	,127	,025	,032	40

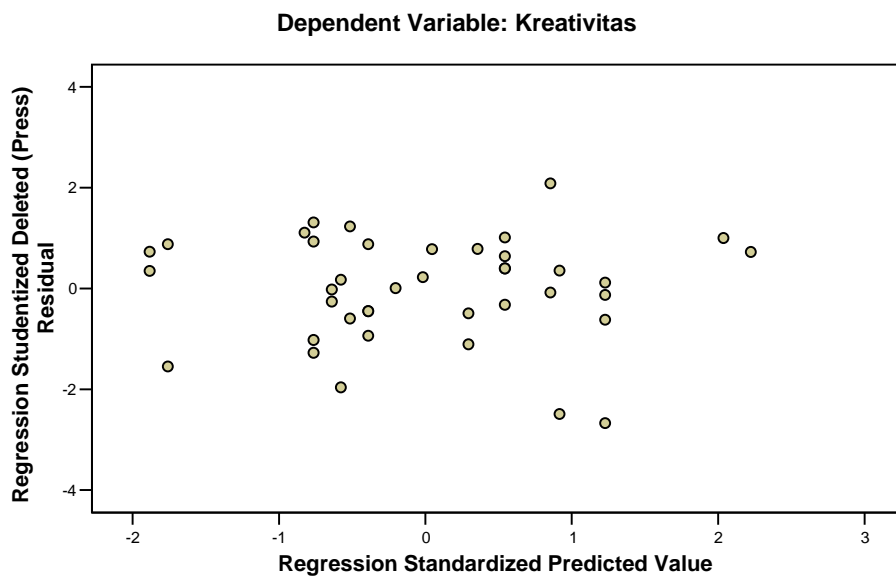
a Dependent Variable: Kreativitas

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

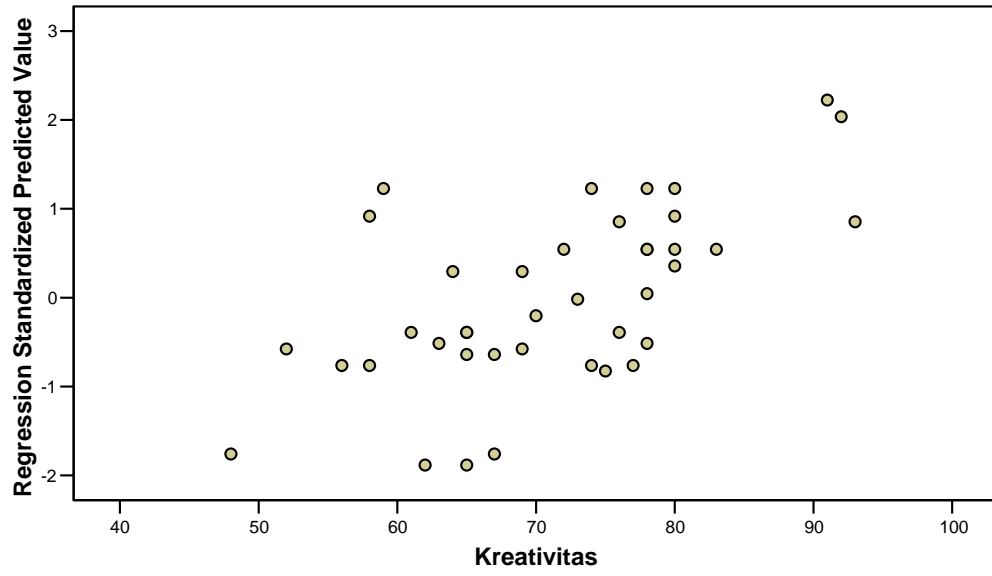


Scatterplot



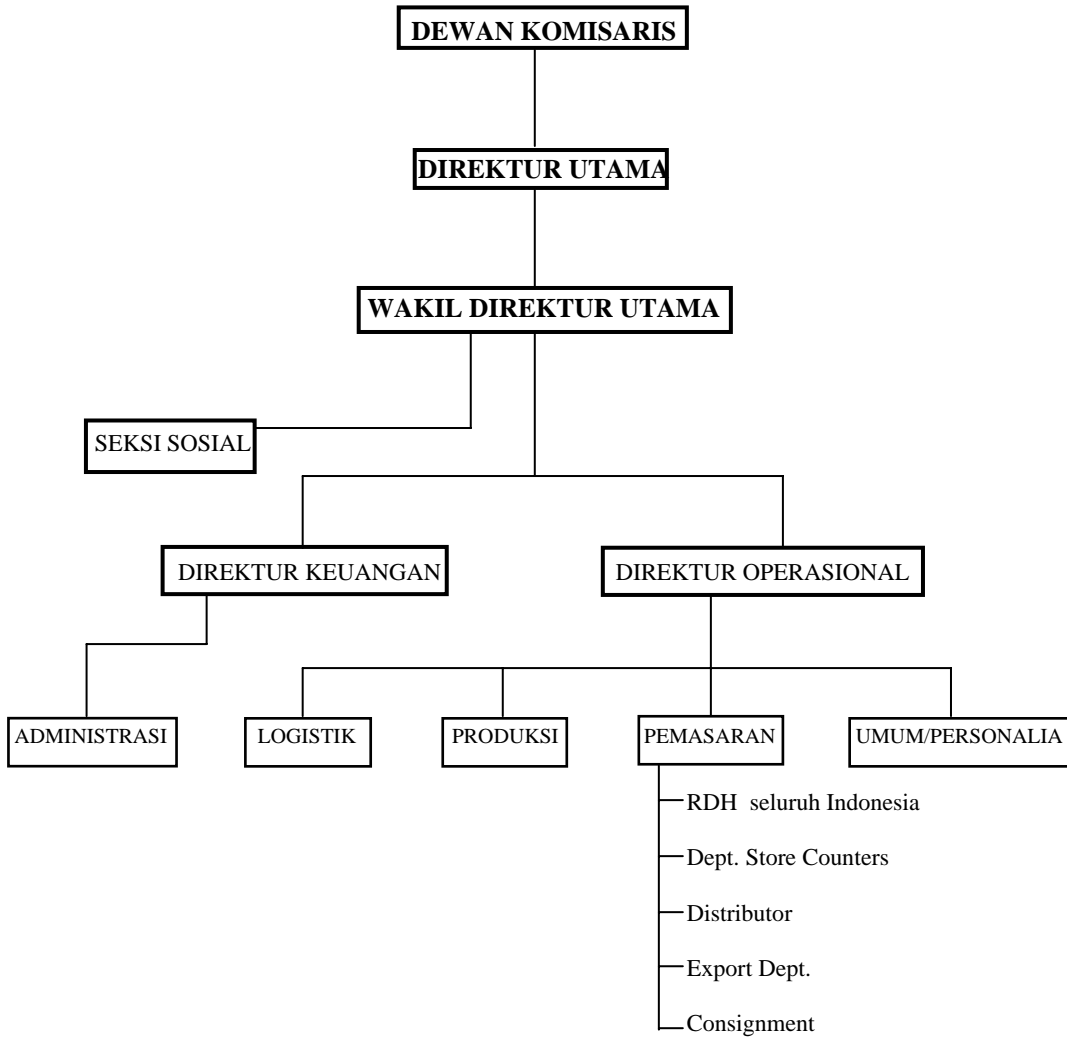
Scatterplot

Dependent Variable: Kreativitas



LAMPIRAN 10:

**STRUKTUR ORGANISASI
PT BATIK DANAR HADI SURAKARTA**



LAMPIRAN 12:

**HASIL WAWANCARA
DENGAN KARYAWAN DESAIN
PT BATIK DANAR HADI SURAKARTA**

(Kamis, 14 September 2006)

1. Nama : IW

Divisi : Karyawan bagian desain motif pakaian

Usia : 35 tahun

Masa kerja: 9 tahun

Hasil Wawancara:

Dari dulu saya memang senang menggambar, dan gambar saya rasanya cukup bagus juga. Untuk mengembangkan minat, saya pun meneruskan sekolah dengan mengambil jurusan seni. Saya cukup beruntung karena orang tua mendukung keinginan saya. Setelah selesai kuliah, saya mencoba mencari pekerjaan yang berhubungan dengan minat dan ilmu pengetahuan yang sudah saya miliki. Kemudian saya mencoba mengirimkan data diri dan beberapa contoh desain saya ke PT Batik Danar Hadi. Alhamdulillah saya diterima disini.

Suasana kerja disini sangat akrab dan penuh kekeluargaan. Teman-teman sesama karyawan disini sangat kompak. Kekompakkan inilah yang membuat saya *betah* kerja disini. Selain sebagai teman kerja, mereka adalah teman bicara/*curhat* dan teman main saya. Atasan saya disini juga cukup baik,

kadang kami suka berdiskusi mengenai beberapa hal. Keluhan saya si mungkin masalah yang biasa ya... kenaikan gaji disini cukup lama.

Kalau kebutuhan saya sebagai desainer, selalu terpenuhi kok. Selain alat tulis, seperti kertas, pensil spidol dan krayon, kami juga dilengkapi dengan komputer dan printer. Untuk bagian desain pakaian, kami juga diberi kebebasan untuk berlangganan majalah, terutama majalah *fashion*. Bahkan majalah apapun itu selalu dipenuhi oleh perusahaan, asalkan dapat digunakan untuk mencari inspirasi dan informasi dalam membuat sketsa. Tahu sendiri kan... dunia mode itu perputarannya *cepat* banget. Jadi bisa mempengaruhi permintaan di pasaran. Apalagi salah satu tuntutan dari perusahaan itu kita harus bisa mengikuti perkembangan mode disini (Indonesia). Kita juga mengikuti perputaran mode di luar negeri, karena kita juga punya gerai di beberapa negara. Tapi biasanya mode di luar juga akhirnya akan mempengaruhi mode di Indonesia kan... Lagipula saat ini, negara kita sudah cukup cepat menangkap perkembangan mode yang ada diluar.

Setiap hari saya selalu berusaha membuat sketsa-sketsa desain yang baru. Karena dalam satu bulan saya bisa menghasilkan 30 desain, bahkan lebih. Kadang-kadang, *mendadak* kami harus membuat desain baru karena adanya permintaan dari konsumen atau karena adanya perubahan tren mode. Cukup sulit lho.. apalagi ketika harus memenuhi target (jumlah desain), padahal otak kita sudah buntu. Banyak kan beban kerja saya, kadang-kadang saya jadi bosan melihat kertas dan spidol. Rasanya malas mendesain lagi. Karena banyaknya desain yang sudah saya buat, maka ketika ingin membuat

desain yang baru, saya harus lebih memutar otak lagi. Jadinya, suka telat juga mengumpulkan desain. Tapi hal itulah yang menjadi tantangan bagi saya, karena saya harus lebih kreatif dan lebih tekun lagi dalam mencari sesuatu yang baru yang lebih menarik lagi.

Saran saya untuk perusahaan, kenyamanan ruang kerja perlu diperhatikan. Saya rasa ruang kerja kurang nyaman, karena menurut saya ruang kerja saya terlalu sempit. Meskipun hanya untuk lima orang karyawan, tetapi sudah penuh dengan meja kerja dan lemari-lemari pakaian. Ruang kerja saya kira-kira... sekitar lima kali tiga meter. Harapan saya juga, semoga perusahaan dapat memberikan fasilitas dengan lancar bagi karyawan desain. Bagi karyawan bagian desain motif pakaian, alat-alat menggambar, alat tulis, maupun referensi buku dan majalah itu sangat penting.

2. Nama : RA

Divisi : Karyawan bagian desain motif batik

Usia : 32 tahun

Masa kerja: 11 tahun

Hasil Wawancara:

Saya bekerja di perusahaan ini, pertama, karena ingin mencari nafkah, dan yang kedua, karena ingin mempraktikkan ilmu dan keterampilan yang saya dapatkan dari pendidikan akademi seni. Saya cukup senang bekerja disini. Hubungan antara pimpinan (bapak Santosa) dan karyawan terjalin dengan baik. Hubungan tersebut terjalin secara langsung, sehingga karyawan

lebih mengetahui keinginan dan harapan dari Bapak, terutama mengenai desain motif. Namun untuk konsep desain yang akan dipatenkan itu, saya cukup bingung. Karena pimpinan hanya mengatakan bahwa ia menginginkan desain yang unik dan eksklusif, namun saya masih bingung dengan konsep yang diinginkan. Hubungan saya dengan teman-teman juga sangat baik. Kami disini saling mendukung, jadi dapat mengurangi tekanan pekerjaan. Menurut saya, suasana kerja disini berpengaruh juga pada kinerja saya. Karena dengan suasana kerja yang menyenangkan serta teman-teman yang selalu membantu dan mendukung, maka saya jadi semangat untuk menyelesaikan pekerjaan saya.

Meski hubungan dengan pimpinan terjalin dengan baik, Bapak itu orangnya sangat sibuk, jadi kami sebagai karyawan bagian desain kadang merasa kurang diperhatikan dan kesejahteraan kami sepertinya belum memadai. Namun apabila Bapak sedang ada di tempat, kadang-kadang kami berdiskusi mengenai desain-desain yang baru, dan Beliau juga sering memberikan masukan atau referensi.

Bapak sudah beberapa tahun ini membentuk tim kreatif, yang berfungsi untuk menyeleksi desain-desain kami. Katanya si, Bapak lagi berusaha untuk mematenkan desain-desain khas Danar Hadi. Kelihatannya cukup sulit prosesnya, karena Beliau sudah berusaha bertahun-tahun tetapi belum berhasil juga. Sebetulnya, dampaknya dirasakan kami juga, karena kami dituntut untuk menghasilkan ide-ide unik yang nantinya akan dipatenkan.

Beban kerja saya disini cukup besar. Tekanan sering saya alami, apalagi jika sudah diburu waktu. Dengan waktu yang sangat terbatas, kami juga dituntut untuk menghasilkan desain yang bagus. Saya suka *mepet* ngumpulin desain, kadang-kadang *malah* telat. Tuntutan perusahaan untuk menghasilkan desain baru tidak dapat ditentukan. Bisa setiap saat kami dituntut untuk menghasilkan desain baru. Dengan seringnya saya menghasilkan ide baru, adakalanya ide saya jadi *mampet*. Apalagi kalau *mood* sedang tidak mendukung, pasti saya benar-benar sudah tidak bisa menghasilkan desain yang baru. Namun meskipun kadang suka *mampet* idenya, Bapak sering memberi masukan juga kok. Dan jika sudah benar-benar kehabisan ide, maka kadang-kadang saya juga suka mengkombinasikan desain lama saya menjadi desain baru.

Menghadapi hari-hari besar tertentu, kami pasti menghasilkan desain dengan mengikuti tema tersebut. Misalnya hari kemerdekaan, kami dominasikan produk-produk berwarna merah dan putih. Kadang-kadang kami (tiga bagian desain) juga bekerja sama untuk menghasilkan desain eksklusif, jika ada permintaan khusus.

Hal yang paling saya takutkan adalah ketika desain saya tidak diterima oleh pimpinan, pasti *mood* saya langsung menurun. Sudah 11 tahun saya bekerja disini, tapi gajinya cuma segitu-gitu aja tuh.. jadi, mungkin kalau gaji dinaikkan mungkin saya makin semangat kerjanya.

Saran saya si... seharusnya pemberian gaji itu harus sepadan dengan kreativitas kami selama ini, atau mungkin bila desain kami diterima, kami diberi bonus gitu..

3. Nama : D

Divisi : Karyawan desain *House Hold*

Usia : 32 tahun

Masa kerja: 6 tahun

Hasil Wawancara:

Saya awalnya mencoba melamar kerja di perusahaan ini karena tertarik dengan finansialnya yang tinggi. Ya.. untuk sekarang ini cukuplah gaji saya disini. Apalagi saya baru bekerja disini empat tahun. Ya.. semoga aja ada kenaikan dikemudian hari.

Kelebihan bekerja di perusahaan ini, menurut saya adalah sistem kekeluargaannya yang terjaga dengan baik. Hubungan dengan atasan dan antar sesama karyawan, ya... cukup baiklah. Iya jelaslah, suasana kerja yang ada ini pasti berpengaruh pada kinerja saya. Meskipun hubungan antar karyawan terjalin dengan baik, tetapi kondisi ruang kerja saya itu ramai sekali. Saya jadi sulit berkonsentrasi. Ya... pada akhirnya kondisi itu sedikit banyak berpengaruh pada kinerja saya. Kalau ruangan sudah mulai ramai, rasanya kreativitas itu tidak mau keluar dari kepala. Saya si mengharapkan ruang kerja yang tenang, nyaman dan suasana kerja yang kondusif.

Dalam satu bulan, minimal saya menghasilkan 5 desain. Itupun sudah cukup sulit bagi saya. Sudah 6 tahun saya disini, dan setiap bulannya saya harus menghasilkan ide-ide baru. Jadi saya pernah juga merasa kehabisan ide. Tapi kan masih banyak jalan... saya suka mencari inspirasi ke berbagai tempat. Banyak hal dapat dijadikan inspirasi saya.

Saran saya, ya.. ruang kerja itu. Semoga ruang kerja bisa lebih nyaman dan tenang lagi. Selain itu, semoga penyampaian komunikasi dari atasan kepada kami dapat lebih jelas lagi, sehingga kami dapat lebih memahami keinginan dari atasan.

4. Nama : RS

Divisi : Karyawan bagian desain bordir

Usia : 32 tahun

Masa kerja: 6 tahun

Hasil Wawancara:

Motivasi saya bekerja disini karena untuk mencari nafkah, menyalurkan ilmu yang saya punya, mengisi waktu luang saya, dan berinteraksi dengan kawan. Kelebihan dari perusahaan ini adalah hubungan dengan Bapak Santisa yang cukup bagus. Beliau orangnya cukup santai kok. Hubungan saya dengan teman-teman juga bagus, cukup akrab dan solid. Pokoknya, saya cukup menyenangkan dan *enjoy* bekerja disini.

Kalau kekurangan yang saya rasakan adalah gaji saya yang belum juga bertambah. Sudah beberapa tahun ini gaji saya cuma segitu aja. Tetapi meski

gaji saya tidak bertambah, kadang-kadang perusahaan memberi bonus yang cukup lumayan, terutama ketika penjualan mengalami peningkatan atau ada permintaan yang cukup besar dari konsumen.

Kewajiban saya untuk menghasilkan desain baru, waktunya tidak dapat ditentukan. Tuntutan dari perusahaan tidak menentu, kadang-kadang setiap saat dibutuhkan, kami harus mengumpulkan desain-desain baru. Saya merasa tertekan apabila ada pekerjaan yang diburu dengan waktu, padahal harus selesai tepat pada waktu yang sudah ditentukan. Kalau sudah tertekan, biasanya saya jadi tidak mood, rasanya banyak sekali hal yang saya pikirkan. Kepala saya rasanya jadi berat banget. Apalagi kalau sudah tidak ada ide lagi untuk membuat desain baru, pasti rasanya pusing sekali. Imbasnya, saya jadi telat ngumpulannya, tapi lebih baik telat daripada tidak sama sekali kan... Meski sering kehabisan ide, kalau Bapak Santosa lagi di kantor, kadang-kadang Bapak memberikan masukan kepada kami. Beliau juga menyediakan banyak literatur kepada karyawan bagian desain. Bahkan kami diberi kebebasan untuk berlangganan majalah apa saja, baik itu majalah dalam negeri atau luar negeri.

Ada beberapa masalah yang saya rasakan selama ini, yang berpengaruh pada produktivitas kerja saya. Pernah beberapa kali saya mendengar adanya isu PHK. Ketika mendengar isu tersebut, saya cukup kaget, dan akhirnya konsentrasi kerja saya jadi terpecah, karena pikiran dipenuhi oleh isu PHK. Terkadang ketika tuntutan kerja sedang banyak-banyaknya, saya mulai merasa terbebani. Saya biasanya akan merasa bosan dan lelah,

sehingga saya tidak dapat menyelesaikan desain tepat waktu. Jika saya merasa bahwa beban kerja terlalu banyak, adakalanya saya berpikir bahwa gaji saya terlalu sedikit untuk beban kerja yang terlalu banyak ini.

Saran saya, semoga perusahaan bisa lebih memperhatikan kesejahteraan karyawan, misalnya dengan menaikkan gaji dan memberikan bonus yang banyak. Semoga ACC hasil kerja kami lebih dipermudah, sehingga kami tidak bingung lagi. Seringkali kami bingung dengan keinginan dari pimpinan terhadap desain yang akan diproduksi. Apalagi dengan konsep desain-desain unik yang akan dipatenkan. Kami masih merasa bingung dengan konsep yang diinginkan oleh pimpinan.

5. Nama : FK

Jabatan : Staff HRD

Usia : 27 tahun

Masa kerja: 2 tahun

Hasil Wawancara:

Kelebihan dari perusahaan ini, menurut saya adalah suasana kekeluargaannya yang benar-benar menyenangkan. Hubungan antar karyawan disini terjalin dengan baik. Kalau di beberapa perusahaan mungkin tidak diijinkan, tetapi di perusahaan ini pasangan suami istri diperbolehkan bekerja bersama. Satu tahun sekali, perusahaan selalu mengadakan kegiatan bersama. Baik itu karyawan biasa maupun atasan akan datang dan mengikuti kegiatan

bersama-sama, pokoknya keluarga besar Danar Hadi pasti kumpul. Biasanya acaranya diadakan waktu ulang tahun Danar Hadi atau saat 17 Agustus.

Selain pemberian gaji, perusahaan juga memberikan beberapa tunjangan bagi karyawan, misalnya tunjangan kesehatan. Kalau penjualan produk kami mengalami kenaikan, karyawan biasanya akan diberi bonus. Karyawan juga diberi beberapa fasilitas seperti makan siang dan olah raga (yoga, badminton dan tenis). Untuk karyawan desain ada fasilitas tambahan, yaitu alat menggambar dan majalah *fashion*.

Karyawan disini rata-rata lulusan S1. Untuk bagian desain, karyawannya lulusan S1 semua. Kami jarang membuka *recruitment*, apalagi untuk karyawan bagian desain. Biasanya para pelamar, mencoba memasukkan CV dan contoh rancangan desain mereka ke kantor pusat. Apabila pimpinan berkenan, maka mereka akan dipanggil dan kemudian akan kami lakukan proses seleksi.

Bagian desain di PT Batik Danar Hadi terdiri dari empat, yaitu desain batik tulis, desain motif (corak batik dan desain pakaian), desain bordir, serta desain pernak pernik dan perlengkapan rumah tangga (*house hold*). Desain batik tulis itu menghasilkan produk kain yang sesuai dengan *pakemnya*. Desainernya juga cuma ada beberapa orang saja, karena tidak semua orang bisa membuat batik tulis. Bagian desain motif itu yang membuat corak dari kain batik. Untuk sekarang ini, desain kami sudah sangat bervariasi, ya... karena mereka juga mencoba mengkombinasikan antara motif tradisional dengan motif-motif baru. Untuk bagian desain pakaian, merekalah yang

merancang model-model pakaian yang nantinya akan dipadukan dengan motif batik yang ada. Selain desain untuk orang tua, mereka juga merancang desain pakaian untuk remaja dan anak-anak. Mulai dari pakaian resmi hingga pakaian santai yang bisa dipakai sehari-hari. Selain mendesain model-model pakaian, mereka juga menentukan warna dari pakaian. Oleh karena itu, mereka juga mencoba bereksperimen dengan warna, untuk mencari warna-warna baru yang sesuai.

Desain bordir, sudah jelas dari namanya, bagian ini membuat desain-desain bordir yang nantinya dipadukan dengan kain batik. Sedangkan untuk desain *house hold*, mereka membuat desain pernak-pernik rumah tangga atau peralatan lainnya, seperti taplak meja, serbet, seprei, sandal, tas, pensil, hiasan dinding, dan masih banyak produk lainnya. Para desainer *house hold* juga membuat paket parcel, karena saat hari raya kami juga melayani pemesanan parcel, atau kami juga melayani pembuatan hantaran pernikahan.

Dalam jangka waktu tertentu para desainer wajib menyerahkan desain mereka. Desain baru dapat diproduksi, setelah desain di setujui oleh atasan. Selain membuat desain yang nantinya akan diproduksi, perusahaan juga sedang berusaha menciptakan desain khas Danar Hadi. Bapak Abdoellah sedang berusaha mematenkan beberapa desain kami. Prosesnya cukup sulit, sehingga kami harus benar-benar dapat menciptakan desain-desain yang unik dan eksklusif.

LAMPIRAN 12:

Surat Keterangan Penelitian:

PT. BATIK *DanarHadi*
JL. DR. RAJIMAN 164 SOLO 57151
TELP. (0271) 644126 (HUNTING) FAX. (0271) 634876
www.danarhadibatik.com
E-mail : batikdh1@cbn.net.id

SURAT KETERANGAN
No : 370/DH-UP/XII/2006

Yang bertanda tangan dibawah ini, PT. Batik DANAR HADI,

N a m a : Adji Wibowo, SH
Jabatan : Umum & Personalia
PT. Batik DANAR HADI
A l a m a t : Jl. Dr. Rajiman No. 164 Surakarta

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

N a m a : Deasy Amalia Rani
N I M : M2A 002019
Fak./ Jurusan : Kedokteran / Program Studi Psikologi
Pendidikan : Universitas Diponegoro Semarang
Judul Skripsi : Hubungan Antara Iklim Organisasi Dengan Kreativitas Kerja Pada Karyawan PT.Batik DANAR HADI Surakarta.

Adalah benar-benar telah melaksanakan riset/penelitian sejak tanggal 6 Nopember 2006 s/d 20 Desember 2006.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 22 Desember 2006
PT. Batik DANAR HADI
PT. Batik *DanarHadi* Solo
Adji Wibowo, SH
Umum & Personalia

CC. Arsip