

**PENGARUH KEPERIBADIAN, SIKAP, DAN
KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA
KREATIF DALAM ORGANISASI
(Studi Pada Organisasi Kreatif di Kota Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**ARIEF RAHMAN HAKIM
NIM. C2A606012**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Arief Rahman Hakim

Nomor Induk Mahasiswa : C2A 606 012

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Judul Skripsi : **PENGARUH KEPERIBADIAN, SIKAP, DAN
KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA
KREATIF DALAM ORGANISASI (STUDI
PADA ORGANISASI KREATIF DI KOTA
SEMARANG).**

Dosen Pembimbing : Eisha Lataruva, S.E., M.M.

Semarang, 28 Februari 2011

Dosen Pembimbing

(Eisha Lataruva, S.E., M.M.)
NIP. 19730515 199903 2 002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Arief Rahman Hakim

Nomor Induk Mahasiswa : C2A 606 012

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Judul Skripsi : **PENGARUH KEPERIBADIAN, SIKAP, DAN
KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA
KREATIF DALAM ORGANISASI (STUDI
PADA ORGANISASI KREATIF DI KOTA
SEMARANG).**

Telah Dinyatakan lulus pada ujian pada tanggal 15 Maret 2011

Tim Penguji

1. Eisha Lataruva, S.E., M.M. (.....)
2. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. (.....)
3. Dr. Ahyar Yuniawan, S.E., M.Si (.....)

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Arief Rahman Hakim menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“PENGARUH KEPERIBADIAN, SIKAP, DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA KREATIF DALAM ORGANISASI (STUDI PADA ORGANISASI KREATIF DI KOTA SEMARANG)”**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan / tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 28 Februari 2011

Pembuat pernyataan

Arief Rahman Hakim

NIM. C2A 606 012

ABSTRACT

Creative organization demanded to be always innovating in accordance with current trends. Many factors that force an organization become more innovative creative. Organizations that are always innovative vision for the future always have a planned and measured. Therefore, organizations must be able to implement that vision into a mission that must be executed in each section, one of which is the creative performance of the organization.

The purpose of this study is to analyze the influence of personality, attitude, and leadership to the creative performance (Study on the creative organization in the city of Semarang). The sample used in this study were employees / members of the organization of Becakmabur creative agency, creative agency DKV Udinus, creative business Digital Store, Community Playon, and Community Hysteria. The method used in this sampling is to use Convenience Sampling, data analysis methods used are multiple linear regression analysis, using SPSS program.

The test results showed that personality, attitudes, and leadership has positive influence on creative performance. However, the three independent variables, only variables of leadership that shows no significant results on creative performance. In addition because there is no significance that happens, the leadership variables showed coefficients are very small. This shows that the three independent variables, the leadership had no effect on creative performance.

Key words: personality, attitude, leadership, creative performance

ABSTRAKSI

Organisasi kreatif dituntut untuk selalu berinovasi sesuai dengan tren saat ini. Banyak faktor yang menuntut organisasi kreatif menjadi lebih inovatif. Organisasi yang selalu inovatif selalu memiliki visi masa depan yang terencana dan terukur. Oleh karena itu, organisasi harus bisa mengimplementasikan visi tersebut menjadi misi yang harus dijalankan di tiap bagian, salah satunya adalah kinerja kreatif organisasi.

Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisa pengaruh antara kepribadian, sikap, dan kepemimpinan terhadap kinerja kreatif (studi pada organisasi kreatif di kota Semarang). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan/anggota organisasi dari agensi kreatif Becakmabur, agensi kreatif DKV Udinus, bisnis kreatif Kedai Digital, Komunitas Playon, dan Komunitas Hysteria. Adapun metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan menggunakan *Convenience Sampling*, metode analisis data yang digunakan adalah analisa regresi linier berganda, dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepribadian, sikap, dan kepemimpinan berpengaruh positif terhadap kinerja kreatif. Namun, dari ketiga variabel bebas tersebut, hanya variabel kepemimpinan yang menunjukkan hasil tidak signifikan terhadap kinerja kreatif. Selain karena tidak ada signifikansi yang terjadi, variabel kepemimpinan menunjukkan nilai koefisien yang sangat kecil. Ini menunjukkan bahwa dari ketiga variabel bebas tersebut, kepemimpinan tidak ada pengaruhnya terhadap kinerja kreatif.

Kata kunci: kepribadian, sikap, kepemimpinan, kinerja kreatif

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepribadian, Sikap, dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Kreatif Dalam Organisasi (Studi Pada Organisasi Kreatif di Kota Semarang)”** dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penulisan skripsi ditemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, tidak berlebihan apabila dalam kesempatan ini, Penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Alloh SWT., atas nikmat waktu, tenaga, pikiran, dan kesempatan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan. Engkau Maha Tahu yang terbaik bagi hamba-Mu. Nabi Muhammad saw atas ajaran-ajaran yang mencerahkan.
2. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Ak., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
3. Ibu Eisha Lataruva, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan senantiasa sabar memberikan pengarahan, bimbingan, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Hj. Indi Jastuti, M.S. selaku Dosen Wali Manajemen Reguler II 2006.

5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
7. Saudara Abi Seno Prabowo dari agensi kreatif Becakmabur dan Desain Komunikasi Visual Udinus, saudari Novita Sandra Devi dari agensi kreatif Komunitas Playon, saudara Adin selaku Direktur Komunitas Hysteria, dan seluruh karyawan Kedai Digital yang telah meluangkan waktu untuk memberikan penjelasan pada penulis dalam penyusunan dan telah membantu dalam pengisian kuesioner skripsi ini
8. Bapak, dan Ibu yang telah memberikan semangat, dorongan, dan doa selama penyusunan skripsi ini. Kakak dan Adik yang telah menjadi inspirasi. Kakak sebagai wirausaha handal, Adik sebagai mahasiswa calon arsitek. Mari wujudkan tujuan dan target kita bersama-sama.
9. Keluarga besar yang tersebar di Jakarta, Bandung, Semarang, Kudus, Jepara, dan Surabaya. Mbak Zah yang selalu memberi semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman SD Sultan Agung 03, SMPN 1 Semarang, dan SMAN 1 Semarang, yang telah menemani saya dalam menuntut ilmu dan belajar bersama-sama selama 12 tahun.
11. TIM II KKN Undip Desa Tuntang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, Saya harap kita bisa berkumpul lagi dan berkarya bersama-sama.

12. Para pembina, teman-teman alumni, dan adik Regu Inti Pramuka Marabunta Leli, yang telah memberikan saya kesempatan untuk berkarya di perlombaan yang telah kita hadapi bersama-sama.
13. Meidiawan Cesarian Syah, Taufik Fredy, Fatih Ashtifani, Yuniarso Anggoro, Nesya Karuniawati, Alum Yathriba, Belinda C. Hapsari, Atria Nurul, dan teman-teman Laskar Green Black lainnya, yang telah berbagi motivasi dan tawa canda bersama. Kalian selalu memberikan inspirasi.
14. Tri Sulistyو Yunarto, Sasongko Jati Kumoro, Ryan Nur Harjanto, Arya Maman, Rizwar Ghazali, Dinda Monika, Nurul Andhini, dan teman-teman Manajemen kelas B yang telah mewarnai hidup saya selama 4 tahun lebih perkuliahan di kampus FE Undip.
15. Hesty Sekartaji, Akhrinda Fadya, Richa Widyaningtyas, Ika Putri, dan Nicky Santika, yang selalu memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita bisa bersama-sama lebih lama lagi.
16. Ega Arfandra beserta teman-teman jurusan Manajemen, IESP, dan Akuntansi angkatan 2006 lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Terima kasih atas dukungan dan bantuan teman-teman dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya harap suatu saat nanti kita bisa bereuni dengan kondisi telah sukses di bidangnya masing-masing
17. Zulfa Aulia, Palagan Rona, Wanti Firmandani, Ahmad Faiq Syukron, Pamuko Aditya Rahman, Zenna Sabrina, Dicky Eristha, Lulu Kurniatika, Fatmala Haningtyas, Dwi Rani Oktaviana, Eka Oktaviani, Reza Ardhita, dan teman-teman yang saya kenal dan mulai akrab di jejaring sosial mikroblog

Twitter. Kalian benar-benar teman baru yang menyenangkan dan saling menghibur di linimasa masing-masing.

18. Teman-teman Forum Indonesia Muda (FIM). Erifson Jenando, Ghulam Tafrihi, Zakky Ramadhani, dan FIM Gooners lainnya, mari kita dukung Arsenal untuk bisa juara di segala kompetisi. Irvan Setya, Erwina Maya, She Fats, Giri, Aveliansyah, Shafira, Ilman Akbar, Riesni, Habib, dan yang lain. Muda itu dahsyat, mari kita berkarya bersama-sama. Kalian menjadi momentum awal saya untuk membentuk target masa depan yang harus diraih.
19. SNSD dari SM Entertainment, 2PM dan Miss A dari JYP Entertainment, Big Bang dari YG Entertainment, dan CN Blue yang telah menghilangkan rasa bosan dengan hiburan kalian dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
20. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuannya dalam terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Semarang, 28 Februari 2011
Penulis

Arief Rahman Hakim
NIM. C2A 606 012

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Kinerja Kreatif.....	15
2.1.2 Kepribadian	16

2.1.2.1	Pengaruh Kepribadian Terhadap Kinerja Kreatif.....	22
2.1.3	Sikap.....	23
2.1.3.1	Pengaruh Sikap Terhadap Kinerja Kreatif.....	27
2.1.4	Kepemimpinan	28
2.1.4.1	Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Kreatif.....	33
2.2	Penelitian Terdahulu	34
2.3	Kerangka Pemikiran.....	36
2.4	Hipotesis.....	37
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....		38
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	38
3.1.1	Variabel Penelitian.....	38
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.2	Populasi dan Sampel	41
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3.1	Jenis Data.....	43
3.3.2	Sumber Data.....	44
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5	Metode Analisis Data.....	45
3.5.1	Analisis Data Kualitatif.....	46
3.5.2	Analisis Data Deskriptif.....	47

3.5.3	Analisis Data Kuantitatif.....	48
3.5.4	Uji Realibilitas dan Validitas	48
3.5.4.1	Uji Realibilitas	48
3.5.4.2	Uji Validitas	49
3.5.5	Uji Asumsi Klasik	49
3.5.6	Analisis Regresi.....	50
3.6	Uji Hipotesis	52
3.7	Analisis Koefisian Determinasi (R^2).....	54
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	55
4.2	Gambaran Umum Responden	58
4.2.1	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	59
4.2.2	Responden Menurut Usia	60
4.2.3	Responden Menurut Pendidikan Terakhir	61
4.2.4	Responden Menurut Masa Kerja.....	62
4.3	Analisis Data	63
4.3.1	Analisis Data Deskriptif.....	63
4.3.1.1	Deskripsi Variabel Kepribadian.....	64
4.3.1.2	Deskripsi Variabel Sikap	65
4.3.1.3	Deskripsi Variabel Kepemimpinan.....	66
4.3.1.4	Deskripsi Variabel Kinerja Kreatif	68
4.3.2	Analisis Data Kuantitatif.....	69
4.3.2.1	Uji Reliabilitas	69

4.3.2.1 Uji Validitas	70
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	72
4.3.4 Analisis Regresi	75
4.3.5 Uji Hipotesis.....	76
4.3.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.4 Pembahasan.....	79
BAB V. PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Karyawan/Anggota dan Jumlah Sampel Organisasi Kreatif di Kota Semarang	43
Tabel 4.1	Data Responden Menurut Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2	Data Responden Menurut Usia	60
Tabel 4.3	Data Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	61
Tabel 4.4	Data Responden Menurut Masa Kerja.....	62
Tabel 4.5	Jawaban Responden Kepribadian	64
Tabel 4.6	Jawaban Responden Sikap.....	65
Tabel 4.7	Jawaban Responden Kepemimpinan	67
Tabel 4.8	Jawaban Responden Kinerja Kreatif.....	68
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kepribadian	70
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Sikap.....	71
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Kepemimpinan	71
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Kreatif.....	72
Tabel 4.14	Uji Multikolinieritas	74
Tabel 4.15	Uji Model Regresi.....	75
Tabel 4.16	Uji F	78
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	37
Gambar 4.1	Uji Normalitas	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Organisasi dituntut untuk selalu berinovasi sesuai dengan tren saat ini. Faktor-faktor seperti ketatnya persaingan dan teknologi informasi yang semakin canggih menuntut organisasi untuk menjadi kreatif dan inovatif. Organisasi yang selalu inovatif dan kreatif selalu memiliki visi masa depan yang terencana dan terukur. Oleh karena itu, organisasi harus bisa mengimplementasikan visi tersebut menjadi misi yang harus dijalankan di tiap bagian, salah satunya adalah kinerja kreatif organisasi.

Kinerja menjadi hal yang penting dalam organisasi. Menurut Prabu Mangkunegara (2000) kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Mangkuprawira (2007) juga menjelaskan bahwa kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

Jika dilihat dari asal katanya, kata kinerja adalah terjemahan dari kata *performance*, yang menurut *The Scribner-Bantam English Dictionary*, terbitan Amerika Serikat dan Canada (1979), berasal dari akar kata “*to perform*” dengan beberapa “*entries*” yaitu: (1) melakukan, menjalankan, melaksanakan (*to do or*

carry out, execute); (2) memenuhi atau melaksanakan kewajiban suatu niat atau nazar (*to discharge of fulfill; as vow*); (3) melaksanakan atau menyempurnakan tanggung jawab (*to execute or complete an understaking*); dan (4) melakukan sesuatu yang diharapkan oleh seseorang atau mesin (*to do what is expected of a person machine*).

Williams (2004) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja kreatif merupakan batasan dimana ide anggota organisasi tersampaikan, metode kerja digunakan, dan semua output yang dihasilkan baru dan berguna. Salah satu indikator dari kinerja kreatif adalah pemikiran divergen. Pemikiran divergen menjadi hal penting dan mendasar dalam kreativitas, karena istilah “pemikiran divergen” dan “kreativitas” sering digunakan sebagai sinonim di dalam buku-buku psikologi (misalnya, McCrae, 1987; Paulus, 2000).

Namun, definisi kreativitas yang biasanya digunakan dalam buku-buku manajemen memerlukan kedua divergensi, yaitu kebaruan dan orisinalitas, yang lebih mengarah pada suatu inovasi dan kegunaan dalam konteks yang ada (Amabile, 1983). Pemikiran divergen adalah proses yang menghasilkan banyak ide yang inovatif dan sekaligus menjadi aspek penting dari kreativitas anggota dalam organisasi (Williams, 2004). Woodman (dikutip oleh Williams, 2004) mencatat, pemikiran divergen telah lama menjadi kunci kognitif terhadap kreativitas dan menjadi pertimbangan utama dalam penelitian kreativitas.

Pemikiran divergen adalah proses yang menghasilkan banyak ide yang inovatif. Pemikiran divergen menjadi aspek penting dari kreativitas karyawan dalam organisasi. Pemecahan masalah secara efektif dan kreatif membutuhkan ide

dari solusi potensial yg beragam dan berbeda (Ford, 1996) dan pemikiran divergen membantu karyawan mengidentifikasi masalah-masalah menarik dan cara-cara kreatif untuk menerapkannya (Basadur, 1994)

Ford (1996) menjelaskan bahwa mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi pemikiran divergen tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam memahami kreativitas organisasi. Pemecahan masalah secara efektif dan kreatif membutuhkan ide dari solusi potensial yg beragam dan berbeda. Selain itu, pemikiran divergen juga membantu karyawan mengidentifikasi masalah-masalah menarik dan cara-cara kreatif untuk menerapkannya (Basadur, 1994, dalam Williams, 2004).

Wikipedia Indonesia menyebutkan bahwa kreativitas adalah proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan atau konsep baru, atau hubungan baru antara gagasan dan konsep yang sudah ada. Masih dari Wikipedia Indonesia, dilihat dari sudut pandang keilmuan, hasil dari pemikiran kreatif (kadang disebut pemikiran divergen) biasanya dianggap memiliki keaslian dan kepantasan. Sebagai alternatif, konsepsi sehari-hari dari kreativitas adalah tindakan membuat sesuatu yang baru. Jadi, pemikiran divergen dan kinerja kreatif memang saling terkait.

Untuk mencapai kinerja kreatif, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah kepribadian. Menurut Mahmud (1990) kepribadian itu mempunyai arti yang lebih dari pada hanya sekedar sifat menarik yang tersusun dari semua sifat yang dimilikinya. Sifat tersebut bermacam-macam. Seperti yang

berkenaan dengan cara orang berbuat, menggambarkan sikap, berhubungan dengan minat, dan temperamen emosional.

George dan Zhou (2001) dalam Williams (2004) menjelaskan bahwa salah satu kepribadian yang terkait dengan kinerja kreatif dalam organisasi adalah keterbukaan terhadap pengalaman. Dalam suatu organisasi pasti ada beberapa individu yang mempunyai sikap terbuka dalam segala hal. Individu yang terbuka tersebut cenderung lebih kreatif daripada anggota organisasi yang lain. Selain keterbukaan terhadap pengalaman, ciri kepribadian lain yang menjadi bagian dari lima model utama personalitas adalah ekstrasversi, neurotisisme, daya terima, dan sifat kehati-hatian. Dari 5 model utama tersebut, keterbukaan terhadap pengalaman menjadi elemen penting untuk mencapai kinerja kreatif dalam organisasi.

Selama 30 tahun, Csikszentmihalyi (1996) telah meneliti kehidupan orang-orang kreatif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sering terjadinya kesalahpahaman dalam menghadapi individu yang kreatif. Karena pada dasarnya mereka memang memiliki kepribadian yang lebih kompleks dibanding orang lain. Jika kepribadian manusia biasa pada umumnya memiliki kecenderungan ke arah tertentu, maka kepribadian kreatif terdiri dari sifat-sifat berlawanan yang terus-menerus 'bertarung', tapi di sisi lain juga hidup berdampingan dalam suatu tubuh.

Cattell (1950, dalam Ratna Widiastuti, 2010) berpendapat bahwa membicarakan tentang kepribadian, tentu tidak lepas dari sikap. Menurutnya, kepribadian adalah hal-hal yang dapat menentukan sikap seseorang untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Menurut Rahayuningsih (2008) sikap

adalah ekspresi sederhana dari bagaimana kita suka atau tidak suka terhadap beberapa hal. Sikap menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam berpikir divergen yang nantinya akan menghasilkan ide kreatif dan inovatif.

Namun, masyarakat seringkali mengabaikan ide inovatif. Ini adalah beberapa hambatan munculnya sikap kreatif dan inovatif. Karena itu, Naqiyah (2005) mengatakan bahwa dalam upaya mengembangkan sikap kreatif perlu mengenali beberapa aral kreativitas. Ada berbagai jenis aral kreativitas (*creativity blocks*), yaitu hambatan bersifat internal dan eksternal. Hambatan yang bersifat internal, seperti: aral pola pikir, paradigma, keyakinan, ketakutan, motivasional dan kebiasaan. Sedangkan hambatan yang bersifat eksternal, seperti: hambatan sosial, organisasi dan kepemimpinan.

Menurut Naqiyah (2005) sikap kreatif dapat dibaca pada sikap dan kemampuan seseorang menghadapi hidup. Tendensi kreatif sering ditemukan pada anak-anak di bawah umur 7-8 tahun, tetapi sukar ditemui pada anak-anak di atas umur tersebut dan pada remaja. Pada umumnya, tendensi kreativitas menjadi berkurang karena tekanan sosial dan kompromi terhadap aturan intelektual.

Sejumlah penelitian menunjukkan pemimpin dapat mempengaruhi kinerja kreatif bawahan mereka. Beberapa penelitian menunjukkan kepemimpinan suportif dan partisipatif yang kondusif untuk kreativitas (Oldham dan Cummings, 1996). Pemimpin yang kritis mengevaluasi bawahannya kreativitas dapat mengurangi kreativitas (Zhou, 1998), dan pemimpin yang meningkatkan bawahan mereka percaya diri dapat meningkatkan kinerja kreatif (Redmond et al, 1993.).

Kepemimpinan juga perlu menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan dalam kinerja kreatif. Oldham dan Cummings (1996) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepemimpinan yang selalu terbuka mendukung dan ikut serta bekerjasama dapat meningkatkan kreativitas karyawan. Redmond (1993, dalam Williams, 2004) berpendapat bahwa pemimpin yang meningkatkan kepercayaan diri karyawan juga dapat meningkatkan kinerja kreatif.

Robbins (2006) menjelaskan bahwa kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok ke arah suatu tujuan. Kepemimpinan adalah pengaruh antara pribadi yang dijalankan dalam situasi tertentu, serta diarahkan melalui proses komunikasi ke arah pencapaian satu atau beberapa tujuan tersebut. Menurut Nitisemito (1996) pemimpinlah yang akan menentukan kemana arah dan tujuan internal maupun eksternal dan menyelaraskan visi dan misi organisasi.

Penelitian Williams (2004) menunjukkan bahwa beberapa tingkatan dari kesesuaian dan prediktabilitas biasanya diperlukan untuk hubungan antar perangkat organisasi. Organisasi adalah sistem terstruktur yang mempekerjakan beberapa divisi atau pembagian kerja. Disinilah seorang pemimpin bertanggungjawab untuk memastikan kinerja anggotanya cukup jelas dan hubungan antar divisi atau tanggung jawab kerjanya terstruktur dengan tepat.

Penelitian ini dilakukan pada berbagai jenis organisasi kreatif yang ada di kota Semarang. Organisasi-organisasi ini terdiri dari berbagai bidang, mulai dari *creative agency*, bisnis *creative merchandise*, komunitas seni, komunitas periklanan, dan himpunan mahasiswa. Sebagian besar organisasi kreatif ini dihimpun oleh SDM yang relatif muda dan memiliki daya kreasi yang tinggi.

Yang pertama adalah agensi kreatif Becakmabur. Becakmabur adalah agensi kreatif yang fokus pada bidang jasa desain, *advertising campaign*, *branding*, dan multimedia. Dengan tim yang berkompetensi di bidangnya masing-masing, Becakmabur berusaha memenuhi kebutuhan kreatif di masyarakat. Tim Becakmabur memiliki visi “Jangan ngaku kreatif kalau berkarya aja nggak aktif!” sebagai bentuk mentalitas untuk terus berkarya dalam bidang Desain Visual.

Produk kreatif yang dihasilkan Becakmabur antara lain:

- *Company profile* / organisasi / personal baik untuk produk cetak maupun animasi kreatif.
- Fotografi komersial / produk, model, dan konseptual / ilustrasi.
- *Corporate, brand*, dan *event identity*
- Kampanye promosi
- Buku tahunan manager

Dari wawancara dengan Abi Seno Prabowo, Becakmabur selalu menerapkan sikap-sikap kreatif dalam bekerja. Dalam melayani keinginan para pelanggan, Becakmabur berusaha untuk aktif kreatif menjalankan gagasan yang didapat dengan mengekspresikan ide yang masuk tersebut menjadi sesuatu hal yang kreatif dan dapat diterima oleh pelanggan. Sikap yang selalu berpikir fleksibel, bebas, dan ekspresif serta selalu terbuka terhadap hal-hal yang baru mengindikasikan bahwa perangkat organisasi Becakmabur mempunyai kepribadian dan sikap yang dapat mendukung kinerja kreatif dalam bekerja.

Kedua adalah bisnis *creative merchandise* Kedai Digital. Kedai Digital yang memiliki *tagline* “Bikin *Merchandise* Semau Kamu, Bikin Mug Satoe

Sadja” adalah bisnis yang menawarkan produk sekaligus jasa membuat *merchandise* sesuai dengan keinginan pelanggan. Pemilik bisnis Kedai Digital menjelaskan bahwa bisnis *merchandise* menjadi menarik karena bisnis ini memiliki keterikatan dengan bisnis lain. Semua perusahaan membutuhkan *branding* untuk mempromosikan produk dan dan Kedai Digital menempatkan diri sebagai *creative branding* yang tepat. Produk kreatif yang dihasilkan Kedai Digital antara lain mug, keramik, bantal digital, payun digital, *mousepad*, dan *merchandise* lainnya. Kedai Digital menjadi organisasi kedua yang masuk dalam penelitian ini, karena dalam melayani para pelanggan, Kedai Digital berusaha semaksimal mungkin selalu terbuka terhadap para pelanggan (*openness to experience*), dengan memberikan kebebasan pelanggannya dalam ide desain produk yang diinginkan, dan Kedai Digital membantu para pelanggan untuk merealisasikan ide tersebut menjadi produk yang kreatif. Selain itu, apabila para pelanggan kebingungan dalam menentukan ide, Kedai Digital siap membantu untuk memberikan ide-ide yang kreatif kepada para pelanggan.

Organisasi kreatif ketiga adalah komunitas Playon. Playon adalah komunitas yang dibentuk oleh mahasiswa Komunikasi FISIP Undip. Tujuan awal pendirian komunitas ini adalah untuk membangun atmosfer periklanan di Semarang. Seiring dengan berjalannya waktu dan tuntutan pasar, Playon menjadi komunitas yang berfokus tidak hanya dalam dunia periklanan tetapi juga merambah ke dunia kreatif. Kegiatan kreatif yang dijalankan oleh Playon tidak hanya membuat *event* kreatif ataupun mengikuti kompetisi kreatif, namun Playon

juga menjadi *crative agency*. Beberapa kegiatan, kompetisi, dan portofolio Playon, antara lain:

- Seminar dan *workshop* “Inside The Campaign” Ulang Tahun Suara Merdeka ke-58.
- Danone Goes To Campus, sebagai *organizer* dan *campaign concept*.
- Promo Class Mild Heroes.
- Pemenang Pekan Komunikasi Universitas Indonesia 2010.

Gasing menjadi logo Playon. Ada alasan kenapa gasing yang dipilih. Gasing adalah mainan tradisional yang bisa berputar pada poros dan berkesetimbangan pada satu titik. Pergerakan gasing saat berputar tidak dapat ditentukan (bebas berputar kemana saja) dan itulah yang menjadi filosofi dari Playon. Playon berusaha untuk menjadi pribadi yang bergerak bebas kemana saja dalam bekerja maupun cara berpikir agar dapat memunculkan ide-ide kreatif yang tak dibatasi oleh apapun. Selain itu gasing merupakan mainan, menunjukkan bahwa Playon adalah komunitas yang berkepribadian *playful* namun tetap disiplin dalam menyelesaikan pekerjaan.

Keempat adalah komunitas Hysteria. Komunitas Hysteria merupakan komunitas yang menjadikan sastra sebagai jalan masuk untuk memahami kebudayaan serta bersikap kritis terhadapnya. Dalam perkembangannya komunitas ini melebarkan ruang jelajahnya pada seni-seni urban dan pergerakan anak muda di kota Semarang. Hysteria mempunyai visi memajukan kehidupan berkesenian di Semarang, terutama seni-seni urban dan mendorong pergaulan lintas disiplin seni serta mengupayakan pergaulan dan jejaring tidak hanya di

tingkat lokal namun juga nasional bahkan internasional. Banyak *event* yang telah dibuat oleh Hysteria seperti *workshop*, pameran, pertunjukkan musik, *performance art*, dan lain-lain. Hysteria berfokus pada kegiatan seni, sehingga dalam hal ini sikap aktivitas kreatif sangat berpengaruh. Selain itu, kebebasan dalam berekspresi menjadi sikap yang wajib ditunjukkan oleh anggota komunitas Hysteria. Sikap-sikap kreatif seperti itulah kenapa Hysteria menjadi objek keempat dalam penelitian ini.

Organisasi kelima adalah Desain Komunikasi Visual (DKV) Universitas Dian Nuswantoro. DKV Udinus adalah himpunan bagi para mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro yang tertarik dengan proses pemecahan masalah melalui pola berpikir kreatif, logis-matematis, sistematis, komunikatif, dan estetis yang relevan melalui media tertentu baik mengikuti atau membuat *event*, *workshop*, dan kompetisi-kompetisi kreatif di kota Semarang. Dengan memiliki anggota yang lebih dari 50 orang, DKV berusaha untuk selalu terbuka terhadap semua. Anggota yang banyak tersebut menjadi kekuatan kreatif yang luar biasa karena setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda-beda sekaligus pemikiran yang berbeda-beda pula. Inilah tugas sebagai pemimpin untuk selalu terbuka terhadap segala pemikiran dan ide kreatif yang muncul dari anggota. Dari sikap dan cara kepemimpinan itulah mengapa DKV menjadi salah satu objek untuk penelitian kinerja kreatif ini.

Berdasarkan hasil wawancara yg diperoleh, menunjukkan bahwa kepribadian, sikap, dan kepemimpinan serta segala kegiatan dari organisasi bisnis produk/jasa dan *event* yang dilakukan menghasilkan produk dan jasa kreatif.

Secara umum dapat digambarkan bahwa terdapat indikasi kinerja kreatif dalam organisasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Woodman (1993) yang menyatakan bahwa bahwa kreativitas menjadi elemen penting dalam organisasi untuk menjadi kreatif dan inovatif.

1.2. Perumusan Masalah

Organisasi kreatif dituntut untuk selalu berinovasi sesuai dengan tren saat ini. Banyak faktor yang menuntut organisasi kreatif menjadi lebih inovatif. Organisasi yang selalu inovatif selalu memiliki visi masa depan yang terencana dan terukur. Oleh karena itu, organisasi harus bisa mengimplementasikan visi tersebut menjadi misi yang harus dijalankan di tiap bagian, salah satunya adalah kinerja kreatif organisasi.

Terjadi kelesuan kinerja dalam organisasi kreatif di kota Semarang. Iklim kreatif di kota Semarang tertinggal jauh dari kota-kota besar lain seperti Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta. Pasti ada penyebab mengapa terjadi kelesuan kinerja organisasi kreatif di kota Semarang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja kreatif adalah kepribadian. Sifat kepribadian yang terkait dengan kinerja kreatif organisasi adalah keterbukaan pada pengalaman (George dan Zhou, 2001, Woodman, 1993.).

Faktor yang mempengaruhi kinerja kreatif kedua adalah sikap. Rahayuningsih (2008) menyatakan bahwa sikap menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam berpikir divergen yang nantinya akan menghasilkan ide kreatif dan inovatif. Pendapat itu sama dengan yang dikemukakan oleh Basadur (1982)

bahwa sikap seseorang terhadap pemikiran divergen juga diyakini terkait dengan kinerja kreatif dalam organisasi.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kinerja kreatif adalah kepemimpinan. Penelitian Williams (2004) menunjukkan bahwa seorang pemimpin bertanggungjawab untuk memastikan kinerja anggotanya cukup jelas dan hubungan antar divisi atau tanggung jawab kerjanya terstruktur dengan tepat. Scott dan Bruce (1994, dalam Williams, 2004) menambahkan bahwa kepemimpinan yang memberikan lebih banyak ruang gerak kepada karyawannya, mereka cenderung memperlihatkan perilaku inovatif yang berpengaruh terhadap kinerja kreatif organisasi.

Berdasarkan dari uraian mengenai latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah:

1. Bagaimana pengaruh kepribadian terhadap kinerja kreatif?
2. Bagaimana pengaruh sikap terhadap kinerja kreatif?
3. Bagaimana pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja kreatif?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepribadian terhadap kinerja kreatif dalam organisasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap kinerja kreatif dalam organisasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja kreatif dalam organisasi.

1.3.2. Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi organisasi, hasil penelitian ini merupakan sumber info yang berguna dalam upaya pengoptimalan kinerja kreatif kepada seluruh elemen organisasi.
2. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini merupakan bahan info, teori dan implementasi dari pengaruh kepribadian, sikap, dan kepemimpinan terhadap kinerja kreatif.
3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mengembangkan keilmuan dan praktek perilaku keorganisasian maupun MSDM.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan untuk menyusun skripsi ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian sebelumnya, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang identifikasi variable penelitian, definisi operasional dan variabel penelitian, populasi dan teknik

sampling, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang simpulan penelitian dan saran yang diberikan terhadap perusahaan maupun penelitian lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kinerja Kreatif

Menurut Prabu Mangkunegara (2000) mendefinisikan kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kemudian menurut Sulistiyani (2003) kinerja merupakan kombinasi dari kemampuan, usaha, dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerjanya.

Williams (2004) berpendapat bahwa kinerja kreatif merupakan batasan dimana ide mereka tersampaikan, metode kerja yang digunakan, dan semua output bekerja yang dihasilkan adalah produk baru dan berguna. Kreativitas dalam organisasi tidak terlepas dari apa yang disebut dengan pemikiran divergen. Pemikiran divergen juga membedakan pemecahan masalah kreatif dari pemecahan masalah lainnya.

Dalam konteks pemecahan masalah, Basadur (1994) dalam Williams (2004) menjelaskan, bahwa ide yang divergen mempengaruhi orisinalitas masalah yang diidentifikasi dari berbagai macam solusi yang ditawarkan. Di dalam teori klasik pun, Simon (1976) dalam Williams (2004), menjelaskan bahwa pembuatan keputusan yang rasional memproses tahapan yang melibatkan identifikasi dari berbagai alternatif, dan pengujian dari alternatif tersebut harus dipikir secara divergen. Pendapat tersebut semakin diperkuat oleh Amabile (1983) dalam

Williams (2004) bahwa beberapa masalah yang rumit membutuhkan pemecahan masalah dengan cara berpikir secara divergen.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas maka dapat disimpulkan apa itu kinerja kreatif. Kinerja kreatif adalah kombinasi dari kemampuan, usaha, dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerja secara kualitas maupun kuantitas yang menghasilkan output inovatif. Sedangkan rumusan yang menekankan bahwa pemikiran divergen merupakan salah satu cara dalam pemecahan masalah kreatif yang terjadi di dalam organisasi, mengandung maksud bahwa dalam mencapai kinerja organisasi yang diinginkan, pemikiran divergen menjadi salah satu langkah dalam menghasilkan kinerja kreatif organisasi.

2.1.2 Kepribadian

Gordon W. Allport (dalam Yosep, 2003) mendefinisikan kepribadian adalah suatu organisasi yang dinamis dari sistem psiko-fisik individu yang menentukan tingkah laku dan pemikiran individu secara khas. Terjadinya Interaksi psiko-fisik mengarahkan tingkah laku manusia. Maksud dinamis pada pengertian tersebut adalah perilaku yang mungkin saja berubah-ubah melalui proses pembelajaran atau melalui pengalaman-pengalaman, *reward*, *punishment*, pendidikan, dan sebagainya.

Pengertian di atas merujuk pada ciri-ciri perilaku yang kompleks terdiri dari temperamen (reaksi emosi yang cenderung menetap dalam merespon situasi atau stimulus lingkungan secara spontan), emosi yang bersifat unik dari individu.

Reaksi yang berbeda dari masing-masing individu menunjukkan perbedaan kepribadian.

George, Zhou (2001) dan Woodman (1993) dalam Williams (2004) menyebutkan bahwa salah satu ciri kepribadian yang dihubungkan dengan kinerja kreatif individu dalam organisasi adalah keterbukaan terhadap pengalaman. Dalam suatu organisasi pasti ada beberapa individu yang mempunyai sikap terbuka dalam segala hal. Individu yang terbuka tersebut cenderung lebih kreatif daripada anggota organisasi yang lain. Karena itu keterbukaan menjadi bagian dari ciri-ciri kepribadian yang mempunyai kinerja kreatif dalam organisasi. Selain keterbukaan terhadap pengalaman, ciri kepribadian lain yang menjadi bagian dari 5 model utama personalitas adalah ekstrasversi, neurotisisme, daya terima, dan sifat kehati-hatian. Dari 5 model utama tersebut, keterbukaan terhadap pengalaman menjadi elemen penting untuk mencapai kreativitas kerja.

McCrae dan Costa (1997) dalam Williams (2004) berpendapat bahwa keterbukaan adalah kecenderungan untuk menjadi imajinatif, orisinal, berbeda, dan independen. Individu yang terbuka cenderung mencari pengalaman baru dan bervariasi pada saat mereka bekerja. Sebaliknya, individu yang tertutup pada saat bekerja cenderung lebih konvensional, konservatif, dan tidak nyaman dengan hal-hal yang rumit. Mereka tidak tertarik dengan hal-hal yang imajinatif dan kreatif. Individu yang tertutup cenderung melakukan pekerjaan yang biasa-biasa saja. Maka dari itu McCrae dan Costa (1997) menjelaskan ciri-ciri bagaimana individu yang terbuka itu dalam bekerja, yaitu; divergen, fleksibel, rasa ingin tahu, dan imajinatif.

McCrae dan Costa (1997) dalam Williams (2004) melanjutkan, bahwa keterbukaan terhadap pengalaman adalah pembeda antara individu yang lebih memilih untuk mencari pengalaman atau mencari sesuatu yang lebih bervariasi atau bermacam-macam dari apa yang biasa didapatkan, dibandingkan dengan orang yang merasa sudah cukup nyaman dengan apa yang biasa didapatkan dan merasa tidak perlu untuk mencari pengalaman yang lebih. Dalam hal ini, orang yang memiliki keinginan besar untuk mencari pengalaman lebih mempunyai nilai atau skor keterbukaan terhadap pengalaman (*openness to experience*) yang lebih tinggi.

King (1990) dalam Williams (2004) berpendapat bahwa aspek motivasional dari keterbukaan tersebut meliputi kebutuhan sepanjang varietas, kebutuhan sepanjang kognisi, dan toleransi ambiguitas yang mana masing-masingnya dihubungkan dengan kreativitas dan inovasi dalam organisasi. Ketiga aspek tersebut merupakan elemen penting pada setiap individu organisasi agar menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam menjalankan kinerjanya. Segala sesuatu ide atau kinerja yang kreatif memang biasanya dianggap sebagai hal yang aneh, ambigu, dan tidak biasa. Namun hal tersebut bisa ditoleransi karena memang dengan cara seperti itulah performa kreatif bisa berjalan di dalam organisasi.

Kepribadian kreatif juga dijelaskan oleh Csikszentmihalyi (1996). Penelitiannya terhadap kehidupan orang-orang kreatif menunjukkan bahwa individu yang kreatif mempunyai kepribadian yang lebih kompleks dibanding orang lain. Jika kepribadian manusia biasa pada umumnya memiliki kecenderungan ke arah tertentu, maka kepribadian orang kreatif terdiri dari sifat-

sifat berlawanan yang terus-menerus ‘bertarung’, tapi di sisi lain juga hidup berdampingan dalam satu tubuh, antara lain:

1. Orang-orang kreatif memiliki tingkat energi yang tinggi, tapi mereka juga membutuhkan waktu lama untuk beristirahat.

Mereka tahan berkonsentrasi dalam waktu yang lama tanpa merasa jenuh, lapar, atau gatal-gatal karena belum mandi. Tapi begitu sudah selesai, mereka juga bisa menghabiskan waktu sehari-hari untuk mengisi ulang tenaga mereka. Di mata orang luar, mereka jadi terlihat seperti orang termalas di dunia.

2. Orang-orang kreatif pada umumnya juga cerdas, tapi di sisi lain mereka tidak segan-segan untuk berpikir seperti orang bodoh dalam memandang persoalan.

Ketimbang terpaku sejak awal pada satu macam penyelesaian (‘cara yang benar’), mereka memulai pemecahan masalah dengan berpikir divergen: Mengeluarkan sebanyak mungkin dan seberagam mungkin ide yang terpikir, tak peduli betapa bodoh kedengarannya.

3. Orang-orang kreatif adalah orang yang *playful*, tapi mereka juga penuh disiplin dan ketekunan.

Tidak seperti dewasa lainnya yang melihat dunia dengan kaca mata super-serius, orang-orang kreatif memandang bidang peminatan mereka seperti taman ria. Mereka melakukan pekerjaannya dengan begitu antusias sehingga terkesan seperti sedang bermain-main, padahal sebenarnya mereka juga bekerja keras mewujudkan ‘mainannya’.

4. Pikiran orang-orang kreatif selalu penuh imajinasi dan fantasi, tapi mereka

juga tak lupa untuk tetap kembali ke realitas.

Mereka mampu menelurkan ide-ide gila yang belum pernah tercetus oleh 6 milyar manusia lain, tapi yang membuat mereka bukan sekedar pemimpi di siang bolong adalah usaha mereka untuk menjembatani dunia khayalan mereka dengan kenyataan sehingga orang lain bisa ikut mengerti dan menikmatinya.

5. Orang-orang kreatif cenderung bersifat introvert dan ekstrovert.

Pada kebanyakan orang lain, biasanya ada satu sifat yang cenderung lebih mendominasi perilakunya sehari-hari, tapi kedua sifat itu tampaknya muncul dalam porsi yang setara pada orang-orang kreatif. Mereka sangat menikmati baik pergaulan dengan orang lain (terutama dengan orang-orang kreatif lain yang sehoobi) maupun kesendirian total ketika mengerjakan sesuatu.

6. Orang-orang kreatif biasanya rendah hati, namun juga bangga akan pencapaiannya.

Mereka sadar bahwa ide-ide mereka tidak muncul begitu saja, melainkan hasil olahan inspirasi dan pengetahuan yang diperoleh dari lingkungan dan tokoh-tokoh kreatif yang menjadi panutan mereka. Mereka juga terfokus pada rencana masa depan atau pekerjaan saat ini sehingga prestasi di masa lalu tidak sebegitu berarti bagi mereka.

7. Orang-orang kreatif adalah androgini; mendobrak batas-batas yang kaku dari stereotip gender mereka.

Laki-laki yang kreatif biasanya lebih sensitif dan kurang agresif dibanding laki-laki lain yang tidak begitu kreatif, sementara perempuan yang kreatif

juga lebih dominan dan 'keras' dibanding perempuan pada umumnya.

8. Orang-orang kreatif adalah pemberontak, tapi pada saat yang sama mereka tetap menghargai tradisi lama.

Tentu sulit menyematkan nilai kreativitas pada sebuah teori atau karya yang tidak mengandung sesuatu yang baru, tapi orang-orang kreatif tidak ingin membuat sesuatu yang sekedar berbeda dari yang sudah ada; Ada unsur 'perbaikan' atau 'peningkatan' yang harus dipenuhi, dan itu hanya bisa dilakukan setelah orang-orang kreatif cukup memahami aturan-aturan dasarnya untuk bisa menerabasnya.

9. Orang-orang kreatif sangat bersemangat mendalami pekerjaannya, tapi mereka juga bisa sangat obyektif menilai hasilnya.

Tanpa hasrat yang menggebu-gebu, mereka mungkin sudah menyerah sebelum sempat mewujudkan ide kreatif mereka yang sulit dinyatakan, tapi mereka juga tidak dapat menghasilkan sesuatu yang benar-benar hebat tanpa kemampuan untuk mengkritik diri dan karya sendiri habis-habisan.

10. Orang-orang kreatif pada umumnya lebih terbuka terhadap hal-hal baru dan sensitif pada lingkungan.

Sifat ini menyenangkan mereka (karena mendukung proses kreatif), tapi juga membuat mereka sering gelisah -bahkan menderita. Sesuatu yang tidak beres di sekitar mereka, kritik dan cemooh terhadap hasil karya, atau pencapaian yang tidak dihargai sebagaimana mestinya, hal-hal ini mengganggu orang kreatif lebih dari orang biasa.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepribadian adalah ciri-ciri perilaku individu dalam merespon situasi di lingkungannya. Lebih merinci lagi, kepribadian kreatif mengarah pada perilaku yang terbuka terhadap hal-hal baru untuk mendapatkan pengalaman sebanyak-banyaknya. Selain itu, dalam mengidentifikasi individu yang mempunyai kepribadian kreatif dapat dilihat dari berbagai perilaku yang kompleks dan berbeda dari orang lain.

2.1.2.1 Pengaruh Kepribadian Terhadap Kinerja Kreatif

Penelitian Csikszentmihalyi (1996) terhadap kehidupan orang-orang kreatif menunjukkan bahwa individu yang kreatif mempunyai kepribadian yang lebih kompleks dibanding orang lain. Kepribadian tersebut mengarah ke pemikiran yang berbeda dan pada akhirnya memunculkan ide-ide baru dan berguna. Kepribadian-kepribadian tersebut mengindikasikan adanya pengaruh terhadap kinerja kreatif individu.

King (1990, dalam Williams, 2004) menemukan bahwa aspek motivasional dari keterbukaan membutuhkan keragaman, kebutuhan akan kognisi, dan toleransi terhadap ambiguitas, yang masing-masing terkait dengan kreativitas dan inovasi dalam organisasi (King, 1990). Keterbukaan ini menjadi salah satu kepribadian yang mempengaruhi kinerja kreatif dalam organisasi.

Penelitian yang dilakukan McCrae dan Costa (1997, dalam Williams 2004), menemukan bahwa Individu yang terbuka secara aktif mencari pengalaman baru dan berbagai pengalaman lainnya, cenderung menjadi reflektif dan bijaksana tentang ide-ide baru yang ditemui. Reflektif dan bijaksana yang dimaksud disini

adalah individu bisa menerima dan mempertimbangkan segala ide yang muncul darimana saja. Kepribadian tersebut muncul karena individu mempunyai banyak pengalaman yang didapat dari keterbukaannya terhadap hal-hal yang baru yang akan berpengaruh terhadap kreativitas individu.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kepribadian berhubungan positif terhadap kinerja kreatif.

2.1.3 Sikap

Hornby (1974, dalam Ramdhani, 2008) mendefinisikan sikap adalah cara menempatkan atau membawa diri, atau cara merasakan, jalan pikiran, dan perilaku. *Free online dictionary* (www.thefreedictionary.com) mencantumkan sikap adalah kondisi mental yang kompleks yang melibatkan keyakinan dan perasaan, serta disposisi untuk bertindak dengan cara tertentu. Pendapat tersebut semakin diperkaya oleh Allport (1935, dalam Ramdhani, 2008) bahwa sikap adalah kondisi mental dan neural yang diperoleh dari pengalaman, yang mengarahkan dan secara dinamis mempengaruhi respon-respon individu terhadap semua objek dan situasi yang terkait.

Sikap diperoleh dan dirubah melalui hasil belajar seseorang dengan lingkungannya, yaitu dimulai semenjak ia lahir sampai proses kehidupan berjalan. Terdapat tiga komponen dalam sikap menurut Sears, Freedman, dan Peplau (1994) dalam Jamridafrizal (2002), yaitu:

1. Kognitif

Terdiri dari seluruh kognisi yang dimiliki seseorang mengenai objek sikap tertentu – fakta, pengetahuan, dan keyakinan tentang objek.

2. Afektif

Berhubungan dengan emosi atau perasaan (positif, negatif, suka tidak suka), yang menyertai sebuah ide.

3. Tingkah laku

Berhubungan dengan kecenderungan atau kesiapan untuk suatu tindakan.

Sikap dibentuk melalui proses tertentu, melalui kontak sosial terus menerus antara individu dengan individu lain di sekitarnya. Menurut Jamridafrizal (2002) faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya sikap adalah:

1. Faktor internal, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri orang yang bersangkutan, seperti selektivitas, yaitu memilih rangsang-rangsang mana yang akan didekati dan mana yang harus dihindari. Pilihan ini ditentukan oleh motif-motif dan kecenderungan-kecenderungan dalam diri seseorang. Karena harus memilih inilah kemudian orang menyusun sikap positif terhadap suatu hal dan membentuk sikap negatif terhadap hal lainnya.
2. Faktor eksternal, yaitu faktor yang berada di luar individu, yaitu:
 - a. Sifat objek yang dijadikan sifat
 - b. Kewibawaan orang yang mengemukakan suatu sikap
 - c. Sifat orang-orang atau kelompok yang mendukung sikap tersebut
 - d. Media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan sikap
 - e. Situasi pada saat sikap itu dibentuk

Dari pembahasan mengenai sikap dapat diketahui tentang pembentukan sikap, aspek-aspek yang terkandung dalam sikap, dan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap. Dengan demikian maka sikap kreatif tidak terlepas dari ketiga hal tersebut. Selanjutnya dapat dikemukakan bahwa karakteristik utama yang penting dari individu yang kreatifitasnya tinggi adalah sikap kreatifnya. Menurut Utami Munandar (1990) dalam Jamridafrizal (2002), jika sikap ini sudah dipupuk sejak dini (sikap ingin tahu, minat untuk menyelidiki lingkungan atau bidang-bidang baru, dorongan untuk melakukan eksperimen, perasaan tertantang untuk menangani masalah-masalah rumit, dan untuk menemukan banyak kemungkinan pemecahan masalah), maka sikap mental ini akan dibawa terus sampai dewasa.

Sikap kreatif juga dipengaruhi oleh sifat-sifat yang ada dalam kepribadian seseorang, yang secara bersama-sama berpengaruh terhadap individu untuk berpikir mandiri, fleksibel, dan imajinatif. Berbagai ciri orang yang memiliki sikap kreatif dikemukakan oleh Munandar (1988) dalam Jamridafrizal (2002) antara lain sikap bersedia menghargai keunikan pribadi dan potensi setiap individu dan tidak perlu selalu menuntut dilakukannya hal-hal yang sama. Pada waktu tertentu individu diberi kebebasan untuk melakukan atau membuat sesuatu sesuai dengan apa yang disenangi.

Pembentukan sikap kreatif berlangsung melalui proses tertentu, antara lain melalui kontak social terus menerus antara individu dengan individu lain disekitarnya. Pembentukan sikap kreatif yang dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal akan menghasilkan sikap bersedia mencetuskan, menerima, dan

menilai gagasan-gagasan yang baru, yang berbeda dari gagasan-gagasan yang biasanya dicetuskan, yaitu gagasan-gagasan kreatif (Munandar, 1988).

Sikap kreatif dalam penelitian yang dilakukan Munandar (1977) dalam Jamridafrizal (2002) diukur dari 8 faktor yang banyak menentukan perilaku kreatif, yaitu:

1. Keterbukaan terhadap pengalaman baru dan luar biasa
2. Fleksibel dalam berpikir
3. Kebebasan dalam berpikir
4. Kebebasan berekspresi
5. Menghargai fantasi
6. Minat terhadap aktivitas kreatif
7. Kepercayaan pada gagasan sendiri
8. Kebebasan dalam penilaian
9. Keterlibatan dalam tugas

Basadur (1982) dalam Williams (2004) mengemukakan bahwa salah satu yang diyakini terkait dengan kinerja kreatif dalam organisasi adalah sikap seseorang terhadap pemikiran divergen (*Attitude Toward Divergent Thinking – ATDT*). Eagly dan Chaiken (1993) dalam Williams (2004) pun menjelaskan bahwa ciri-ciri kepribadian yang berhubungan dengan kecenderungan kognitif, afektif, dan perilaku yang lebih umum, sikap merupakan kecenderungan terhadap sasaran spesifik. Oleh karena itu, ATDT secara khusus berkaitan dengan pemikiran individu, perasaan, dan niat perilaku tentang pemikiran divergen. Seorang individu dengan ATDT mendapat keuntungan menghasilkan dan

membangun ide-ide yang divergen, dan bersedia untuk berkomunikasi dan mempertimbangkan ide-ide divergen dari orang lain sebelum menilai mereka.

Penelitian Finkbeiner (1985) dalam Williams (2004) mengidentifikasi dua aspek yang merupakan faktor penting terhadap pemikiran divergen, yaitu *Preference for ideation* (produksi ide divergen). *Preference for ideation* adalah seberapa banyak seseorang suka mendengar, menghasilkan, mengingat, dan membangun ide-ide yang divergen. Orang yang preferensinya tinggi lebih menyukai ide-ide baru daripada ide-ide konvensional. De Bono (1991) dan Osborn (1963) dalam Williams (2004) menilai bahwa sistem sosial seperti sekolah dan organisasi lainnya mengembangkan keterampilan evaluasi kritis dengan hampir mengesampingkan kemampuan pemikiran divergen. Akibatnya, banyak orang mungkin menjadi lebih nyaman dengan pemikiran konvergen yang kritis, daripada pemikiran divergen. Wakabayashi dan Graen (1990) dalam Williams (2004) telah menunjukkan bahwa pelatihan kreatifitas dapat menyebabkan ATDT lebih baik.

2.1.3.1 Pengaruh Sikap Terhadap Kinerja Kreatif

Penelitian Munandar (dalam Jamridafrizal, 2002) menunjukkan bahwa individu kreatif mempunyai sikap-sikap yang bisa diukur melalui beberapa perilaku yang dilakukannya. Lebih lanjut lagi penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap kreatif mempunyai karakter yang bersedia menghargai keunikan pribadi dan potensi setiap individu dan tidak perlu selalu menuntut dilakukannya

hal-hal yang sama. Pada waktu tertentu individu diberi kebebasan untuk melakukan atau membuat sesuatu sesuai dengan apa yang disenangi.

Basadur (1982) dalam Willimas (2004) menemukan bahwa salah satu yang diyakini terkait dengan kinerja kreatif dalam organisasi adalah sikap seseorang terhadap pemikiran divergen. Pernyataan tersebut semakin diperkuat oleh Wakabayashi dan Graen (1990) dalam Williams (2004) yang menunjukkan bahwa pada pelatihan kreativitas dapat meningkatkan kemampuan sikap terhadap pemikiran divergen (kreatif) menjadi lebih baik sehingga akan berpengaruh terhadap kinerja kreatif individu.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Sikap berhubungan positif terhadap kinerja kreatif.

2.1.4 Kepemimpinan

Robbins (2006) mendefinisikan kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok ke arah suatu tujuan. Kepemimpinan adalah pengaruh antara pribadi yang dijalankan dalam situasi tertentu, serta diarahkan melalui proses komunikasi ke arah pencapaian satu atau beberapa tujuan tersebut. Sedangkan menurut Nurkolis (2003) kepemimpinan adalah proses mempengaruhi atau memberi contoh oleh pemimpin kepada pengikutnya dalam upaya mencapai tujuan organisasi.

Penelitian Retno Utami (2006) menjelaskan bahwa untuk menilai sukses tidaknya pemimpin itu dilakukan antara lain dengan mengamati dan mencatat

sifat-sifat dan kualitas atau mutu perilakunya, yang dipakai sebagai kriteria untuk menilai kepemimpinannya. Usaha-usaha yang sistematis tersebut membuahkan teori sifat atau kesifatan dari kepemimpinan. Teori kesifatan atau sifat dikemukakan oleh beberapa ahli. Berdasarkan teori-teori tentang kesifatan atau sifat-sifat pemimpin dari Edwin Ghiselli (dalam Handoko, 1995) dan Ordway Tead dan George R. Terry dalam Kartono (1992), dapat disimpulkan bahwa sifat-sifat kepemimpinan yang mempengaruhi kinerja bawahannya adalah:

1. Kemampuan sebagai pengawas (*supervisory ability*)
2. Kecerdasan
3. Inisiatif
4. Energi jasmaniah dan mental
5. Kesadaran akan tujuan dan arah
6. Stabilitas emosi
7. Obyektif
8. Ketegasan dalam mengambil keputusan
9. Keterampilan berkomunikasi
10. Keterampilan mengajar
11. Keterampilan sosial
12. Pengetahuan tentang relasi insani

Menurut Nitisemito (1996) pemimpinlah yang akan menentukan kemana arah dan tujuan internal maupun eksternal dan menyelaraskan visi dan misi organisasi. Karena itu karakter seorang pemimpin menjadi faktor penting dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Friska (2004) dalam penelitiannya

menyebutkan bahwa pada umumnya pemimpin dalam setiap organisasi dapat diklasifikasikan menjadi lima tipe utama yaitu sebagai berikut:

1. Tipe pemimpin otokratis

Tipe pemimpin ini menganggap bahwa pemimpin adalah merupakan suatu hak. Ciri-ciri pemimpin tipe ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganggap organisasi adalah milik pribadi.
- b. Mengidentikkan tujuan pribadi dengan tujuan organisasi.
- c. Menganggap bahwa bawahan adalah sebagai alat mata-mata.
- d. Tidak mau menerima kritik, saran, dan pendapat dari orang lain karena dia menganggap dialah yang paling benar.
- e. Selalu bergantung pada kekuasaan formal.
- f. Dalam menggerakkan bawahan sering mempergunakan pendekatan yang mengandung unsur paksaan dan ancaman.

Dari sifat-sifat yang dimiliki oleh tipe kepemimpinan otokratis tersebut di atas dapat diketahui bahwa tipe ini tidak menghargai hak-hak dari manusia, karena itulah tipe ini tidak dapat dipakai dalam organisasi modern.

2. Tipe pemimpin militeristis

Perlu diperhatikan terlebih dahulu bahwa yang dimaksud dengan seorang pemimpin tipe militeristis tidak sama dengan pemimpin-pemimpin dalam organisasi militer. Artinya tidak semua pemimpin dalam militer adalah bertipe militeristis. Seorang pemimpin yang bertipe militeristis mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:

- a. Dalam menggerakkan bawahan untuk yang telah ditetapkan, perintah mencapai tujuan digunakan sebagai alat utama.
- b. Dalam menggerakkan bawahan sangat suka menggunakan pangkat dan jabatannya.
- c. Senang kepada formalitas yang berlebihan.
- d. Menuntut disiplin yang tinggi dan kepatuhan mutlak dari bawahan.
- e. Tidak mau menerima kritik dari bawahan.
- f. Menggemari upacara-upacara untuk berbagai keadaan.

Dari sifat-sifat yang dimiliki oleh tipe pemimpin militeristis adalah bahwa tipe pemimpin seperti ini bukan merupakan pemimpin yang ideal.

3. Tipe pemimpin fathernalistis

Tipe kepemimpinan fathernalistis, mempunyai ciri tertentu yaitu bersifat fathernal atau kebapakan. Kepemimpinan seperti ini menggunakan pengaruh yang sifat kebapakan dalam menggerakkan bawahan mencapai tujuan. Kadang-kadang pendekatan yang dilakukan terlalu sentimental. Sifat-sifat umum dari tipe pemimpin fathernalistis dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a. Menganggap bawahannya sebagai manusia yang tidak dewasa.
- b. Bersikap terlalu melindungi bawahan.
- c. Jarang memberikan kesempatan kepada bawahannya untuk mengambil keputusan.
- d. Jarang memberikan kesempatan kepada bawahannya untuk mengembangkan inisiatif dan daya kreasi.
- e. Sering menganggap dirinya maha tahu.

Harus diakui bahwa dalam keadaan tertentu pemimpin seperti ini sangat diperlukan. Akan tetapi ditinjau dari segi sifat-sifat negatifnya pemimpin fathernalistis kurang menunjukkan elemen kontinuitas terhadap organisasi yang dipimpinnya.

4. Tipe pemimpin karismatis

Sampai saat ini para ahli manajemen belum berhasil menemukan sebab-sebab mengapa seorang pemimpin memiliki karisma. Yang diketahui ialah tipe pemimpin seperti ini mempunyai daya tarik yang amat besar, dan karena itulah pemimpin seperti ini mempunyai pengikut yang sangat besar. Kebanyakan para pengikut menjelaskan mengapa mereka menjadi pengikut dari pemimpin seperti ini, karena mereka menganggap masih kurangnya seorang pemimpin yang karismatis. Maka mereka mengatakan bahwa pemimpin yang karismatis diberkahi dengan kekuatan gaib (*supernatural powers*). Perlu dikemukakan bahwa kekayaan, umur, kesehatan, tingkat pendidikan, dan sebagainya, tidak dapat digunakan sebagai kriteria tipe pemimpin karismatis.

5. Tipe pemimpin demokratis

Dari semua tipe kepemimpinan yang ada, tipe kepemimpinan demokratis dianggap sebagai tipe kepemimpinan yang baik. Hal ini disebabkan karena tipe kepemimpinan ini selalu mendahulukan kepentingan kelompok dibandingkan dengan kepentingan individu. Beberapa ciri dari kepemimpinan demokratis adalah sebagai berikut:

- a. Dalam proses menggerakkan bawahan selalu bertitik tolak dari pendapat bahwa manusia adalah makhluk yang termulia di dunia.
- b. Selalu berusaha menyelaraskan kepentingan dan tujuan pribadi dengan kepentingan organisasi.
- c. Senang menerima saran, pendapat, dan kritik dari bawahannya.
- d. Mentolerir bawahan yang membuat kesalahan dan memberikan pendidikan kepada bawahan agar jangan berbuat kesalahan dengan tidak mengurangi daya kreativitas, inisiatif, dan prakarsa dari bawahan.
- e. Lebih menitikberatkan kerjasama dalam mencapai tujuan.
- f. Selalu berusaha untuk menjadikan bawahannya lebih sukses daripadanya.
- g. Berusaha mengembangkan kapasitas diri pribadinya sebagai pemimpin.

Dari sifat-sifat yang harus dimiliki oleh pemimpin tipe demokratis, jelaslah bahwa tidak mudah untuk menjadi pemimpin demokratis.

Penelitian Williams (2004) menunjukkan bahwa beberapa tingkatan dari kesesuaian dan prediktabilitas biasanya diperlukan untuk hubungan antar perangkat organisasi. Organisasi adalah sistem terstruktur yang mempekerjakan beberapa divisi atau pembagian kerja. Disinilah seorang pemimpin bertanggungjawab untuk memastikan kinerja anggotanya cukup jelas dan hubungan antar divisi atau tanggung jawab kerjanya terstruktur dengan tepat.

2.1.4.1 Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Kreatif

Penelitian Fisher (1986), Hackman (1992), dan Van Maanen (1976) dalam Williams (2004) menunjukkan bahwa pemimpin dapat mempengaruhi sikap

bawahannya dalam menghasilkan kinerja kreatif. Urip Sedyowidodo (2008) dalam penelitiannya di perusahaan bidang EPC (*Engineering, Procurement, Construction*) yang dituntut oleh klien untuk menghasilkan produk yang inovatif dan kreatif, menyimpulkan bahwa praktek manajer berdasarkan pilihan tepatnya menggunakan strategi SDM dapat mendukung tumbuhnya jiwa *Intrapreneur* karyawan. Berkembangnya lingkungan *Intrapreneurial* diharapkan menyuburkan pemikiran kreatif dan inovatif yang akan berpengaruh terhadap kinerja SDM.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Kepemimpinan berhubungan positif terhadap kinerja kreatif.

2.2 Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka tentang penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan yang akan dilakukan. Di bawah ini peneliti akan memberikan kesimpulan hasil penelitian yang pernah dilakukan:

Penelitian tentang kinerja kreatif dilakukan oleh David Scott Williams (2004). Penelitian ini menggunakan variabel kepribadian karyawan, sikap karyawan, kepribadian pemimpin, sikap pemimpin, dan pengawas preferensi untuk memulai struktur yang mempengaruhi kinerja kreatif organisasi. Penelitian ini dilakukan di salah satu universitas besar di Amerika Serikat bagian selatan-barat. Populasi dalam penelitian ini 261 orang dengan sampel 208 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah kepribadian, sikap, dan pemimpin berpengaruh positif terhadap kinerja kreatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Beth A. Sanders (2007) tentang pengaruh kepribadian terhadap kinerja. Penelitian ini diambil dari negara bagian Kentucky bagian utara yang berbatasan dengan Ohio. Populasi dalam penelitian ini 96 perwira polisi dari 14 departemen polisi kota dan satu departemen polisi negara bagian. Hasil dari penelitian ini adalah kepribadian yang sinis (buruk) dalam bekerja berhubungan negatif terhadap peningkatan kinerja. Selain itu usia dan sikap dalam bekerja berhubungan positif terhadap kinerja.

Desmon Yuen (2007) dalam penelitiannya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan dalam perusahaan. Dalam pengambilan sampel, diambil 300 responden manajer dari tiga departemen pelayanan publik Macau yang meliputi biro jasa sipil, biro urusan hukum, dan biro urusan perkotaan (kantor administrasi dan keadilan). Dari semuanya hanya 216 responden yang mengembalikan kuesioner dengan rata-rata berusia 36 tahun. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap kerja dan kebutuhan untuk prestasi berhubungan positif signifikan terhadap kinerja.

Penelitian Taewon Suh dan Hochang Shin (2007) yang dilakukan pada seluruh praktisi PR (*Public Relation*) di Korea Selatan. Dalam pengambilan sampel, diambil 300 responden praktisi PR yang secara acak diambil dari buku direktori industri. Dari 300 responden, hanya 151 yang mengembalikan kuesioner. 3 kuesioner dihapus karena data kuesioner yang tidak lengkap, jadi hanya 148 yang menyelesaikan kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa

dampak kerja keras pada kinerja dapat meningkat secara signifikan ketika praktisi didorong untuk bekerja secara kreatif dalam organisasi.

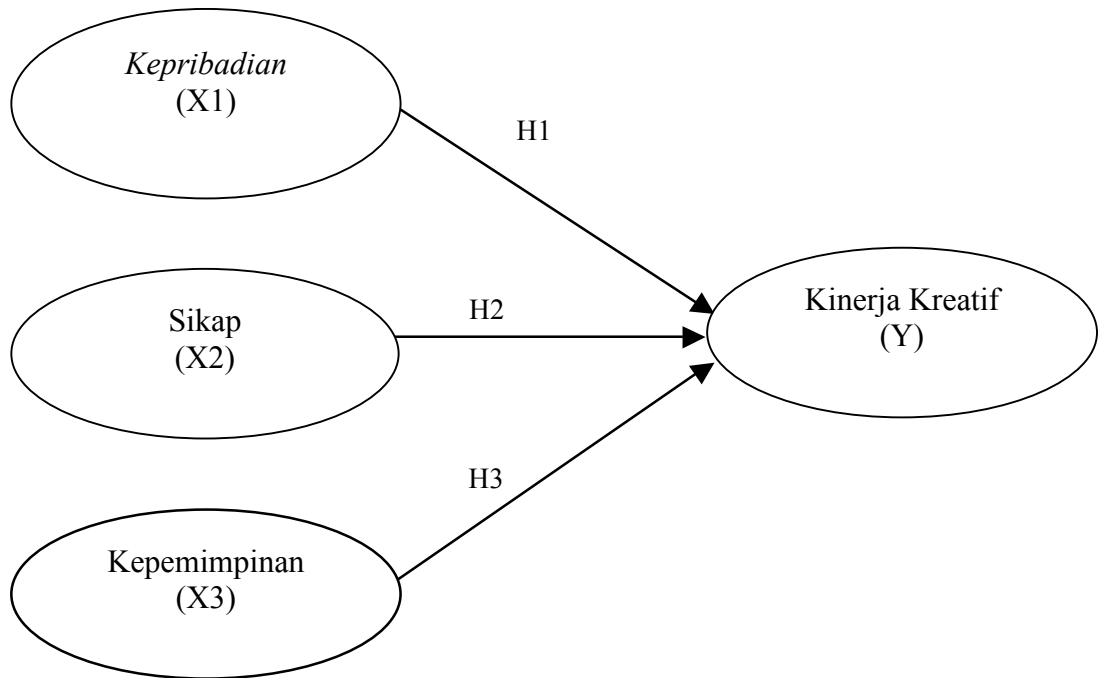
Urip Sedyowidodo (2008) dalam penelitiannya di perusahaan bidang EPC (*Engineering, Procurement, Construction*) yang dituntut oleh klien untuk menghasilkan produk yang inovatif dan kreatif, menyimpulkan bahwa praktek manajer berdasarkan pilihan tepatnya menggunakan strategi SDM dapat mendukung tumbuhnya jiwa *Intrapreneur* karyawan. Berkembangnya lingkungan *Intrapreneurial* diharapkan menyuburkan pemikiran kreatif dan inovatif. Pada intinya kepemimpinan yang baik dari seorang manajer dalam menerapkan strategi dapat mengembangkan pemikiran kreatif dan inovatif karyawan sehingga akan berpengaruh terhadap kinerja SDM.

2.3 Kerangka Pemikiran

Adapun pengaruh kepribadian, sikap, dan kepemimpinan terhadap kinerja kreatif organisasi pada penelitian ini ditunjukkan dalam Kerangka Pemikiran Teoritis sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini, 2010

2.4 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, landasan teori, dan penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran teoritis di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

H1 : Kepribadian berhubungan positif terhadap kinerja kreatif.

H2 : Sikap berhubungan positif terhadap kinerja kreatif.

H3 : Kepemimpinan berhubungan positif terhadap kinerja kreatif.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri atas dua macam, yaitu : variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel yang tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lainnya. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel terikat (*dependent Variable*), yaitu kinerja keratif.
2. Variabel tidak terikat (*independent variable*), yaitu kepribadian, sikap, dan kepemimpinan.

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Kepribadian (X1)

Kepribadian menurut Gordon W. Allport (dalam Yosep, 2003) adalah suatu organisasi yang dinamis dari sistem psiko-fisik individu yang menentukan tingkah laku dan pemikiran individu secara khas. Terjadinya Interaksi psiko-fisik mengarahkan tingkah laku manusia. Maksud dinamis pada pengertian tersebut adalah perilaku yang mungkin saja berubah-ubah melalui proses

pembelajaran atau melalui pengalaman-pengalaman, *reward*, *punishment*, pendidikan, dan sebagainya.

Menurut George, Zhou, Woodman (dalam Williams, 2004), dan Czikszenmihalyi (1996), untuk mengukur variabel kepribadian tersebut dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

1. Keterbukaan terhadap pengalaman dan hal-hal baru (*opennes to experience*)
2. Kepribadian yang cerdas dalam menyelesaikan masalah.
3. Kepribadian yang *playful* sekaligus disiplin dan tekun.
4. Kepribadian imajinatif sekaligus dapat merealisasikan imajinasi tersebut.
5. Kepribadian rendah hati.
6. Kepribadian yang penuh semangat dalam pekerjaan dan sangat objektif dalam menilai hasilnya.

b. Sikap (X2)

Hornby (1974) dalam Ramdhani (2008) mendefinisikan sikap adalah cara menempatkan atau membawa diri, atau cara merasakan, jalan pikiran, dan perilaku.

Menurut Munandar (1977) dalam Jamridafrizal (2002), untuk mengukur variabel sikap tersebut dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

10. Berpikir fleksibel dan bebas dalam berpikir.
11. Kebebasan dalam berekspresi.
12. Sangat berminat terhadap aktivitas kreatif.
13. Kepercayaan pada gagasan sendiri.

14. Keterlibatan dalam tugas.

c. Kepemimpinan (X3)

Robbins (2006) mendefinisikan kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok ke arah suatu tujuan. Kepemimpinan adalah pengaruh antara pribadi yang dijalankan dalam situasi tertentu, serta diarahkan melalui proses komunikasi ke arah pencapaian satu atau beberapa tujuan tersebut.

Menurut Friska (2004), Ghiselli (dalam Handoko, 1995) dan Ordway Tead dan George R. Terry dalam Kartono (1992) untuk mengukur variabel kepemimpinan tersebut dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

1. Kemampuan sebagai pengawas (*supervisory ability*).
2. Ketegasan dalam mengambil kebijakan, pemikiran kreatif, dan daya pikir.
3. Melakukan tindakan inisiatif dan menemukan inovasi baru.
4. Mempunyai daya tahan, keuletan, dan kekuatan baik jasmani maupun mental untuk mengatasi semua permasalahan.
5. Mempunyai arah yang akan dituju dari pekerjaan yang dilaksanakan, serta yakin akan manfaatnya.
6. Ketrampilan berkomunikasi yang baik terhadap anggota untuk menjaga suasana kerja tetap kondusif.

d. Kinerja Kreatif (Y)

Williams (2004) berpendapat bahwa kinerja kreatif merupakan batasan dimana ide mereka tersampaikan, metode kerja yang digunakan, dan semua output bekerja yang dihasilkan adalah produk baru dan berguna. Kinerja

kreatif merupakan kombinasi dari kemampuan, usaha, dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerja secara kualitas maupun kuantitas yang menghasilkan output inovatif.

Ukuran yang digunakan untuk mengukur kinerja kreatif anggota/karyawan organisasi berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh Mangkunegara (2000), Tsui, Anne S., Jone L., Pearce, dan Lyman W. Porter (1997; dalam Fuad Mas'ud, 2004) beserta Basadur, Simon, dan Amabile (dalam Williams, 2004) yaitu:

1. Kuantitas dan kualitas kerja karyawan/anggota.
2. Ketrampilan dan pengetahuan karyawan/anggota.
3. Kemampuan berpikir divergen (kreativitas) dalam bekerja.
4. Ketepatan waktu dalam menyelesaikan tugas.

3.2 Populasi dan Sampel

Salah satu langkah dalam penelitian adalah menentukan objek yang akan diteliti dan besarnya populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2008) yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu (variabel) yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah seluruh karyawan/anggota dari berbagai jenis organisasi kreatif yang ada di kota Semarang dari berbagai bidang, mulai dari *creative agency* Becakmabur, bisnis *creative merchandise* Kedai Digital, komunitas seni Hysteria, komunitas periklanan Playon, dan Desain Komunikasi

Visual Udinus yang berjumlah 122 orang. Besarnya sampel yang diambil untuk analisis, berdasarkan rumus slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sampel

e = *margin of error*, yaitu persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir sebesar 5%

Dengan menggunakan rumus di atas maka akan diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak:

$$n = \frac{122}{1 + 122(0,05)^2}$$

n = 93,49 (hasil dibulatkan ke bawah menjadi 93 responden)

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel anggota populasi dilakukan berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tadi ada di situ atau kebetulan peneliti mengenal orang tersebut. Jenis sampel ini sangat baik jika dimanfaatkan untuk penelitian penjajagan, yang kemudian diikuti oleh penelitian lanjutan yang sampelnya diambil secara *random* (Sugiyono, 2002).

Berdasarkan perhitungan sampel diatas, maka sampel yang diambil sebanyak 93 orang responden sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jumlah Karyawan/Anggota dan Jumlah Sampel Organisasi Kreatif di Kota Semarang Tahun 2010

Organisasi	Jumlah Karyawan/Anggota	Jumlah Sampel
Becakmabur	8	6
Kedai Digital	8	6
Playon	35	27
Hysteria	7	5
DKV	64	49
Jumlah	122	93

Sumber: Data primer yang diolah (2010)

Contoh Organisasi Playon : $28/122 \times 93 = 21$

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data

1) Data Kualitatif

Data kualitatif yaitu hasil pengamatan yang outputnya hanya bisa dimasukkan ke dalam suatu kategori (Santoso, 2003), misalnya jenis kelamin, jenis pekerjaan, dan sebagainya.

2) Data Kuantitatif

Data kuantitatif yaitu hasil pengamatan atas suatu hal yang bisa dinyatakan dalam angka (Santoso, 2003), misalnya usia seseorang, pendapatan, dan sebagainya.

3.3.2 Sumber data

1) Data primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kinerja kreatif yang dilihat dari kepribadian, sikap, dan kepemimpinan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarakan pada sampel yang telah ditentukan (karyawan/anggota organisasi kreatif di kota Semarang).

2) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Data sekunder berupa sumber pustaka yang dapat mendukung penulisan penelitian serta diperoleh dari literatur yang relevan dari permasalahan, sebagai dasar pemahaman terhadap objek penelitian dan untuk menganalisisnya secara tepat. Data sekunder dalam penelitian ini adalah profil organisasi kreatif yang diambil dari *website* organisasi tersebut.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya (Supranto, 1996). Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data mengenai pengaruh kepribadian, sikap dan kepemimpinan terhadap kinerja kreatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara:

- a. Wawancara kepada pihak-pihak terkait. Wawancara ini dilakukan dengan cara bertanya atau berkomunikasi langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.
- b. Mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian. Pengamatan ini dilakukan untuk memperoleh gambaran suasana tempat kerja, proses kerja, dan hal-hal lain yang diperlukan.
- c. Memberikan kuesioner kepada responden secara langsung.

Pengukuran variabel dilakukan dengan skala Likert yang menggunakan metode scoring sebagai berikut :

STS					SS
<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>	

Angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung terhadap pertanyaan yang diberikan. Sedangkan angka 5 menunjukkan bahwa responden mendukung terhadap pertanyaan yang diberikan.

3.5 Metode Analisis Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul.

3.5.1 Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif adalah bentuk analisa yang berdasarkan dari data yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Data kualitatif ini merupakan data yang hanya dapat diukur secara langsung (Hadi, 2001).

Proses analisis kualitatif ini dilakukan dalam tahapan sebagai berikut :

1. Pengeditan (*Editing*)

Pengeditan adalah memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu, untuk memudahkan perhitungan dalam pengujian hipotesa.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Proses pemberian kode tertentu terhadap macam dari kuesioner untuk kelompok ke dalam kategori yang sama.

3. Pemberian Skor (*Scoring*)

Mengubah data yang bersifat kualitatif ke dalam bentuk kuantitatif. Dalam penelitian ini urutan pemberian skor menggunakan skala Likert. Tingkatan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) = Diberi bobot / skor 5

Setuju (S)	= Diberi bobot / skor 4
Netral (N)	= Diberi bobot / skor 3
Tidak Setuju (TS)	= Diberi bobot / skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= Diberi bobot / skor 1

4. Tabulasi (*Tabulating*)

Pengelompokkan data atas jawaban dengan benar dan teliti, kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai berwujud dalam bentuk yang berguna. Berdasarkan hasil tabel tersebut akan disepakati untuk membuat data tabel agar mendapatkan hubungan atau pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

3.5.2 Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah bentuk analisa yang berdasarkan dari bentuk sebaran jawaban responden terhadap keseluruhan konsep yang diukur. Dari sebaran jawaban responden tersebut, selanjutnya akan diperoleh sebuah kecenderungan dari seluruh jawaban yang ada. Untuk mendapat kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, akan didasarkan pada nilai skor rata-rata (indeks) yang dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method* berikut ini (Ferdinand, 2006):

$$\text{Batas atas rentang skor: } (\%F \times 5) = (100\% \times 5) / 5 = 500 / 5 = 100$$

$$\text{Batas bawah rentang skor : } (\%F \times 1) / 5 = (100\% \times 1) / 5 = 100 / 5 = 20$$

Angka indeks yang dihasilkan akan berangkat mulai dari skor nilai 20 hingga 100, dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan *three box method* maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga menghasilkan rentang

sebesar 26,67 dimana akan digunakan sebagai interpretasi nilai indeks sebagai berikut:

20,00 – 46,67 : Rendah

46,68 – 73,35 : Sedang

73,36 – 100 : Tinggi

3.5.3 Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik, maka data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu, untuk mempermudah dalam menganalisis dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) for windows. Adapun alat analisis yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas.

3.5.4 Uji Reliabilitas dan Validitas

3.5.4.1 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Gozali, 2006). Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliable*

akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan komputer program SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah (Gozali,2006):

- Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
- Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

3.5.4.2 Uji Validitas

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006).

Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing- masing indikator pertanyaan adalah valid. Pada penelitian ini uji validitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

3.5.5 Uji Asumsi Klasik

Selain uji validitas dan reliabilitas, juga akan dilakukan uji asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Cara untuk mengetahui normalitas adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan meliputi garis diagonalnya (Ghozali, 2006).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2006). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas pada penelitian dilakukan dengan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai *VIF (Variance Inflation Factor)* dan *Tolerance*-nya. Apabila nilai matriks korelasi tidak ada yang lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan data yang akan dianalisis terlepas dari gejala multikolinieritas. Kemudian apabila nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai *Tolerance* mendekati 1, maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinieritas (Santoso, 2003).

3.5.5 Analisis Regresi

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple regresional analisis*). Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Gozali,2006). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistic *SPSS for windows* untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian.

Regeresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kinerja kreatif, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kepribadian, sikap, dan kepemimpinan.

Model hubungan keputusan pembelian dengan varibel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = b_1 .X1 + b_2 .X2 + b_3 .X3 + e$$

Dimana:

Y : Kinerja Kreatif

- b : koefisien
X1 : Kepribadian
X2 : Sikap
X3 : Kepemimpinan
e : error

3.6 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan pengujian secara parsial dan pengujian secara simultan. Pengujian secara parsial menggunakan uji t, sedangkan pengujian secara simultan menggunakan uji F.

- Uji t (Pengujian signifikansi secara parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y, apakah variabel X1, X2, X3 benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y.

Hipotesa yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah:

$H_0 : b_i = 0$, Variabel-variabel bebas (kepribadian, sikap, dan kepemimpinan) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kinerja kreatif).

$H_1, H_2, H_3 : b_i > 0$, Variabel-variabel bebas (kepribadian, sikap, dan kepemimpinan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kinerja kreatif).

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2006):

1. Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel.

Apabila $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Apabila $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$)

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

- Uji F (Pengujian signifikansi secara simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait (Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh kepribadian, sikap, dan kepemimpinan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya, yaitu, kinerja kreatif.

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, Variabel-variabel bebas (kepribadian, sikap, dan kepemimpinan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (kinerja kreatif).

$H_1 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \neq 0$, Variabel-variabel bebas (kepribadian, sikap, dan kepemimpinan) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (kinerja kreatif).

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2006):

1. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

Apabila $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Apabila $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Gozali, 2006). Koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu

koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).