



**PENGARUH *TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP STYLE*
TERHADAP *SPIRIT OF CREATIVITY* PADA KARYAWAN
BAGIAN DESAIN DI SENTRA INDUSTRI BATIK
PLUMPUNGAN SALATIGA**

SKRIPSI

disajikan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

oleh

Nana Febriardiani

1511412013

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
JURUSAN PSIKOLOGI

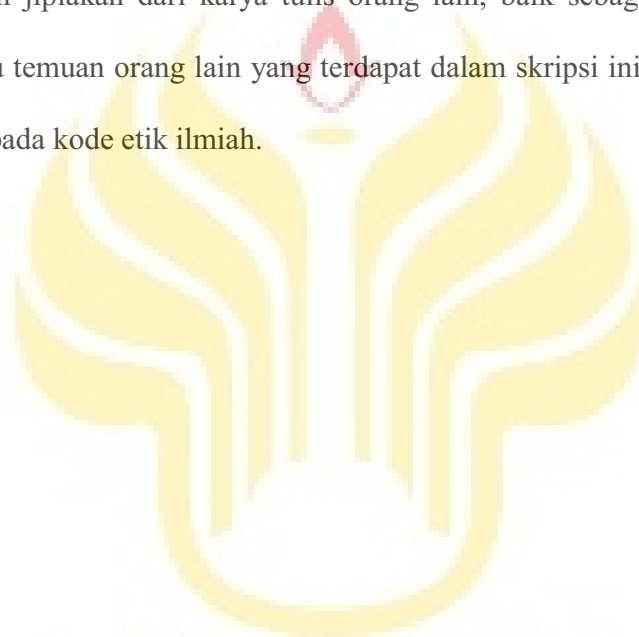
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2016

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi dengan judul “Pengaruh *Transformational Leadership Style* Terhadap *Spirit of Creativity* Pada Karyawan Bagian Desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga” benar-benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan pada kode etik ilmiah.



Semarang, September 2016

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nana Febriardiani'.

Nana Febriardiani
NIM 1511412013

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Transformational Leadership Style* Terhadap *Spirit of Creativity* Pada Karyawan Bagian Desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga” telah dipertahankan di hadapan sidang panitia penguji skripsi jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang pada hari Rabu, 14 September 2016.

Panitia

Ketua



Dra. Sinta Saraswati, M.Pd., Kons.
NIP. 19600605 199903 2 001

Penguji I

Nuke Martiarini, S.Psi., M.A.
NIP. 19810327 201212 2 001

Sekretaris

Rulita Hendriyani, S.Psi., M.Si.
NIP. 19720204 200003 2 001

Penguji II

Dr. Edy Purwanto, M.Si.
NIP. 19630121 198703 1 001

Penguji III

Amri Hana Muhammad, S.Psi., M.A.
NIP. 19781007 200501 1 003

MOTTO DAN PERUNTUKAN

Motto :

“Tak peduli seberapa banyak tujuan yang telah dicapai, Anda harus memancang target yang lebih tinggi lagi” (Jessica Savitch).



Peruntukan :

Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta, Bapak Sedyanto dan Ibu Yuli Budiarti

Adik-adik, Adietya Ardine Vidani dan Dieco Ardiansyah

Tunanganku, Mas Widiatmoko

Seluruh teman-teman di Jurusan Psikologi angkatan 2012

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Transformational Leadership Style* Terhadap *Spirit of Creativity* Pada Karyawan Bagian Desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga”. Skripsi ini tidak terlepas dari kesulitan dan hambatan, namun berkat bimbingan, arahan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Perkenankanlah pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Fakhruddin M.Pd. Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Sugeng Haryadi, S.Psi., M.Si. Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
3. Amri Hana Muhammad, S.Psi., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan dengan kearifan telah memberikan petunjuk dan bimbingan hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Semua dosen Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan.

5. Bapak Bambang Pamulardi selaku pemilik Batik Plumpungan Salatiga yang telah membantu memberikan data dalam penyusunan skripsi ini.
6. Para subjek penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi skala penelitian.
7. Kedua orang tua beserta adik-adik tercinta, terimakasih atas doa, dan kasih sayang yang tak henti-hentinya kepada penulis.
8. Mas Widiatmoko yang telah memberikan doa, nasehat, serta motivasi kepada penulis.
9. Teman-teman geng cinta, Fira, Wulan, Ejak, Sila, Wini terima kasih untuk doa dan motivasinya.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu menyelesaikan skripsi.

Semoga segala kebaikan dan keikhlasan mendapat balasan dan rahmat Allah Yang Maha Esa, serta semoga karya ini bermanfaat.



Penulis

ABSTRAK

Febriardiani, Nana. 2016. Pengaruh *Transformational Leadership Style* terhadap *Spirit of Creativity* pada Karyawan Bagian Desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga. Pembimbing Amri Hana Muhammad, S.Psi., M.A.

Kata kunci: *Spirit of Creativity*, *Transformational Leadership Style*

Spirit of creativity merupakan salah satu hal yang harus dimiliki karyawan bagian desain untuk karya atau desain baru. Diduga *spirit of creativity* pada karyawan, salah satunya dipengaruhi oleh *transformational leadership style* yang dapat memotivasi karyawan agar dapat menciptakan produk-produk baru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *transformational leadership style* terhadap *spirit of creativity* pada karyawan bagian desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Populasi pada penelitian ini adalah karyawan bagian desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga dengan sampel 37 karyawan. Teknik sampling yang dipakai yaitu *saturation sampling* atau sampel jenuh. Data dalam penelitian ini dihimpun dari skala *spirit of creativity* dan skala *transformational leadership style*. Skala *spirit of creativity* terdiri dari 34 item dengan koefisien daya beda sebesar 0,256 sampai dengan 0,848. Skala *transformational leadership style* terdiri dari 34 item dengan koefisien daya beda sebesar 0,251 sampai dengan 0,850.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat *spirit of creativity* karyawan desain berada pada kategori tinggi dengan indikator yang paling berkontribusi adalah dimilikinya keinginan untuk menghasilkan gagasan atau ide yang bermakna. Tingkat *transformational leadership style* berada pada kategori tinggi dengan aspek yang paling berkontribusi adalah *idealized influence*. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi. Hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,733 dengan p sebesar 0,000. Nilai $p < 0,01$ membuktikan bahwa terdapat pengaruh *transformational leadership style* terhadap *spirit of creativity* pada karyawan bagian desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga. Hasil analisis besarnya pengaruh *transformational leadership style* terhadap *spirit of creativity* diperoleh R square sebesar 0,537. Hasil ini menunjukkan bahwa 53,7% *spirit of creativity* karyawan desain Sentra Industri Batik Plumpungan dipengaruhi oleh *transformational leadership style* dan sisanya sebesar 46,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terungkap dalam penelitian ini.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB	
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Spirit of Creativity</i>	12
2.1.1. Definisi <i>Spirit</i>	12

2.1.2. Pendekatan Pendefinisian <i>Spirit</i>	13
2.1.3. Definisi <i>Spirit of Creativity</i>	16
2.2 Kriteria Kemampuan Berfikir Kreatif	16
2.2.1. Karakteristik Berpikir Kreatif.....	17
2.2.2. Komponen Berpikir Kreatif.....	18
2.3 Kriteria Kreativitas	19
2.3.1. Tahap-tahap Kreativitas.....	20
2.4 Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Spirit of Creativity</i>	21
2.5 Pengukuran <i>Spirit of Creativity</i>	21
2.6 <i>Transformational Leadership Style</i>	23
2.5.1. Hakikat Kepemimpinan	23
2.5.2. Macam-macam Gaya Kepemimpinan	24
2.5.3. Pengertian <i>Transformational Leadership Style</i>	26
2.5.4. Aspek <i>Transformational Leadership Style</i>	28
2.6 Pengaruh <i>Transformational Leadership Style</i> terhadap <i>Spirit of Creativity</i>	32
2.7 Kerangka Berfikir	34
2.8 Hipotesis	34
3. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Desain Penelitian	37
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian	38
3.4 Definisi Operasional Variabel	39

3.5	Hubungan Antar Variabel.....	40
3.6	Populasi dan Sampel.....	41
3.6.1.	Populasi	41
3.6.2.	Sampel	42
3.7	Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	42
3.8	Uji Kuantitatif.....	48
3.9	Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.9.1.	Validitas.....	53
3.9.2.	Reliabilitas.....	54
3.10	Teknik Analisis Data.....	56
3.10.1.	Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> dan <i>Transformational Leadership Style</i>	56
3.10.2.	Uji Asumsi.....	58
3.10.3.	Uji Hipotesis.....	58
4.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Persiapan Penelitian.....	60
4.1.1.	Orientasi Kancan Penelitian	60
4.1.2.	Proses Perizinan.....	63
4.1.3.	Penentuan Sampel.....	63
4.2	Pelaksanaan Penelitian.....	64
4.2.1.	Pengumpulan Data.....	64
4.2.2.	Pelaksanaan Skoring.....	66
4.3	Analisis Deskriptif.....	66

4.3.1. Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> Karyawan Desain Batik Plumpungan	67
4.3.2. Gambaran <i>Transformational Leadership Style</i> Desain Batik Plumpungan .	94
4.4 Hasil Penelitian.....	107
4.4.1. Hasil Uji Asumsi	107
4.4.2. Hasil Uji Hipotesis.....	109
4.5 Pembahasan	112
4.5.1. Pembahasan Analisis Deskriptif.....	112
4.5.1.1 Pembahasan Analisis Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i> Individu (Karyawan) Desain Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga.....	112
4.5.1.2 Pembahasan Analisis Deskriptif <i>Transformational Leadership Style</i> desain Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga.....	115
4.5.2. Pembahasan Analisis Statistik Inferensial Pengaruh <i>Transformational Leadership Style</i> Terhadap <i>Spirit of Creativity</i> pada Karyawan Desain Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga.....	117
4.6 Keterbatasan Penelitian	121
5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran	124
Daftar Pustaka	126
Lampiran	131

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Hasil Studi Pendahuluan.....	4
2.1 Rancangan Alat Ukur <i>Spirit of Creativity</i>	22
3.1 Susunan Penskoran Skala <i>Spirit of Creativity</i>	45
3.2 Blue Print Skala <i>Spirit of Creativity</i>	46
3.3 Susunan Penskoran Skala <i>Transformational Leadership Style</i>	47
3.4 Blue Print Skala <i>Transformational Leadership Style</i>	47
3.5 Ringkasan Hasil Uji Kuantitatif Skala <i>Spirit of Creativity</i>	49
3.6 Sebaran Item <i>Spirit of Creativity</i> yang Mempunyai Daya Beda Baik.....	50
3.7 Ringkasan Hasil Uji Kuantitatif Skala <i>Transformational Leadership Style</i>	51
3.8 Sebaran Item <i>Transformational Leadership Style</i> yang Mempunyai Daya Beda Baik	52
3.9 <i>Reliability Statistic</i> Skala <i>Spirit of Creativity</i>	55
3.10 <i>Reliability Statistic</i> Skala <i>Transformational Leadership Style</i>	56
3.11 Interpretasi Reliabilitas.....	56
3.12 Penggolongan Kategori Analisis Berdasarkan Mean Teoretis	57
4.1 Data Demografi	65
4.2 Statistik Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i>	68
4.3 Gambaran Umum <i>Spirit of Creativity</i>	68
4.4 Statistik Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Kemauan Untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide Baru	70

4.5	Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Kemauan Untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide Baru	71
4.6	Statistik Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Kemauan Untuk Menghasilkan Gagasan yang Orisinil	72
4.7	Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Kemauan untuk Menghasilkan Gagasan yang Orisinil	73
4.8	Statistik Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Kemauan untuk Menghasilkan Gagasan yang Bermakna.....	75
4.9	Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Kemauan untuk Menghasilkan Gagasan yang Bermakna	75
4.10	Statistik Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Gairah atau Rasa Senang Hati untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide Baru	77
4.11	Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Gairah atau Rasa Senang Hati untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide Baru	78
4.12	Statistik Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Gairah untuk Menciptakan Gagasan atau Ide yang Orisinil.....	79
4.13	Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Gairah untuk Menciptakan Gagasan atau Ide yang Orisinil	80
4.14	Statistik Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Gairah untuk Menciptakan Gagasan atau Ide yang Bermakna.....	81
4.15	Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Gairah untuk Menciptakan Gagasan atau Ide yang Bermakna	82
4.16	Statistik Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Dimilikinya Keinginan untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide Baru	84
4.17	Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Dimilikinya Keinginan untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide Baru	85
4.18	Statistik Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Dorongan untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide yang Orisinil	86

4.19	Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Dorongan untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide yang Orisinil.....	87
4.20	Statistik Deskriptif <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Dimilikinya Keinginan untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide yang Bermakna.....	88
4.21	Gambaran <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Dimilikinya Keinginan untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide yang Bermakna.....	89
4.22	Ringkasan Deskriptif Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i> Individu (Karyawan) Desain Sentra Industri Batik Plumpungan.....	91
4.23	Perbandingan <i>Mean</i> Empiris Tiap Indikator <i>Spirit of Creativity</i>	92
4.24	Statistik Deskriptif <i>Transformational Leadership Style</i>	94
4.25	Gambaran Umum <i>Transformational Leadership Style</i>	95
4.26	Statistik Deskriptif <i>Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Idealized Influence</i>	97
4.27	Gambaran <i>Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Idealized Influence</i>	97
4.28	Statistik Deskriptif <i>Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Inspirational Motivation</i>	99
4.29	Gambaran <i>Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Inspirational Motivation</i>	99
4.30	Statistik Deskriptif <i>Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Intellectual Stimulation</i>	101
4.31	Gambaran <i>Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Intellectual Stimulation</i>	101
4.32	Statistik Deskriptif <i>Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Individual Consideration</i>	103
4.33	Gambaran <i>Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Individual Consideration</i>	103

4.34	Ringkasan Deskriptif Gambaran Spesifik <i>Transformationa Leadership Style</i> Sentra Industri Batik Plumpungan.....	104
4.35	Perbandingan <i>Mean</i> Empiris Tiap Aspek <i>Transformational Leadership Style</i>	105
4.36	Hasil Uji Normalitas.....	107
4.37	Hasil Uji Linieritas	108
4.38	Hasil Uji Hipotesis.....	109
4.39	Hasil Analisis Pengaruh <i>Transformational Leadership Style</i> Terhadap <i>Spirit of Creativity</i>	110
4.40	Hasil Analisis Besarnya Pengaruh <i>Transformational Leadership Style</i> Terhadap <i>Spirit of Creativity</i>	111
4.41	Koefisien <i>Spirit of Creativity</i>	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Pengaruh <i>Transformational Leadership Style</i> terhadap <i>Spirit of Creativity</i> pada Karyawan bagian Desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga.	34
3.1 Hubungan Antar Variabel	41
4.1 Prasasti dan Motif Batik Plumpungan.....	62
4.2 Gambaran Umum <i>Spirit of Creativity</i>	69
4.3 Diagram Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Kemauan untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide Baru	72
4.4 Diagram Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Kemauan untuk Menghasilkan Gagasan yang Orisinil	74
4.5 Diagram Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Kemauan untuk Menghasilkan Gagasan yang Bermakna	76
4.6 Diagram Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Gairah atau Rasa Senang Hati untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide Baru	78
4.7 Diagram Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Gairah untuk Menciptakan Gagasan atau Ide yang Orisinil	81
4.8 Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Gairah untuk Menciptakan Gagasan atau Ide yang Bermakna.....	83
4.9 Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Dimilikinya Keinginan untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide Baru.....	85
4.10 Diagram Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Dorongan untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide yang Orisinil	88
4.11 Diagram Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i> Berdasarkan Dimilikinya Keinginan untuk Menghasilkan Gagasan atau Ide yang Bermakna	90
4.12 Diagram Gambaran Spesifik <i>Spirit of Creativity</i>	92

4.13	Diagram Perbandingan <i>Mean</i> Empiris Tiap Indikator <i>Spirit of Creativity</i>	93
4.14	Diagram Gambaran Umum <i>Transformational Leadership Style</i>	96
4.15	Diagram Gambaran Spesifik <i>Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Idealized Influence</i>	98
4.16	<i>Gambaran Spesifik Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Inspirational Motivation</i>	100
4.17	Diagram Gambaran Spesifik <i>Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Intellectual Stimulation</i>	102
4.18	<i>Gambaran Spesifik Transformational Leadership Style</i> Berdasarkan <i>Individual Consideration</i>	104
4.19	Diagram Gambaran Spesifik <i>Transformational Leadership Style</i>	105
4.20	Diagram Perbandingan <i>Mean</i> Empiris Tiap Aspek <i>Transformational Leadership Style</i>	106



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar	Halaman
1. <i>Study</i> Pendahuluan.....	132
2. Tabulasi <i>Study</i> Pendahuluan.....	135
3. Skala Penelitian	137
4. Tabulasi Skala Penelitian.....	147
5. Uji Beda Skala Penelitian.....	160



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seni merupakan suatu karya elok atau indah yang diciptakan dengan kecakapan yang luar biasa. Berbagai macam seni yang bisa dinikmati meliputi seni abstrak, seni arsitektur, seni grafika, seni lukis, seni pahat, seni suara, serta seni tari. Dari bermacam-macam seni tersebut, dapat dinikmati berbagai macam produk seni yang ada, diantaranya adalah seni lukis. Seni lukis merupakan bentuk lukisan pada bidang dua dimensi, berupa hasil percampuran warna yang mengandung makna. Salah satu produk seni lukis yang populer adalah batik.

Menurut Turner (dalam Sustiningsih, 2012) batik adalah salah satu bentuk seni tradisional dari Jawa yang dapat dikenali 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 pada awalnya hanya digunakan sebagai aktivitas pengisi waktu luang bagi wanita. Namun seiring dengan perkembangan zaman, batik mulai bergeser ke dalam dunia industri di mana industri batik berkembang secara pesat dengan persaingan yang ketat.

Persaingan industri batik yang semakin ketat, menuntut adanya usaha yang keras dari suatu organisasi industri batik untuk semakin kompetitif dengan menempatkan karyawan berkualitas dalam bidangnya. Karyawan yang berkualitas merupakan sumber daya manusia yang sangat penting dalam suatu perusahaan, karena tanpa adanya kualitas yang baik dari karyawan, maka organisasi tidak dapat berjalan dengan baik. Salah satu organisasi industri batik yang memerlukan karyawan berkualitas adalah Sentra Industri Batik Plumpungan.

Sentra Industri Batik Plumpungan merupakan tempat produksi batik di Salatiga. Batik yang diproduksi di tempat tersebut merupakan jenis Batik Plumpungan. Batik Plumpungan adalah batik yang tercipta dari ide dasar Prasasti Plumpungan. Ciri-ciri Batik Plumpungan yaitu bergambar dua bulatan sedikit lonjong berukuran besar dan kecil saling berimpit. Sentra Industri Batik Plumpungan terletak di Puri Satya Permai Blok IV / 5 Kemiri, Kota Salatiga.

Sentra Industri Batik Plumpungan mempunyai 37 karyawan bagian desain. Karyawan bagian desain terdiri dari 15 karyawan laki-laki dan 22 karyawan perempuan. Karyawan bagian desain mempunyai usia rata-rata 27-35 tahun. Karyawan bagian desain mempunyai tugas untuk membuat desain atau motif tiap batik. Desain yang dihasilkan dari karyawan tersebut merupakan motif baru atau pembaharuan dari motif sebelumnya.

Desain baru diciptakan oleh Sentra Industri Batik Plumpungan agar dapat bertahan dalam persaingan industri batik di Salatiga. Persaingan dalam industri batik seringkali menimbulkan masalah berupa motif Batik Plumpungan yang ditiru dan

diklaim oleh sentra industri lain. Bagi Sentra Industri Batik Plumpungan, semangat untuk menghasilkan produk yang baru penting untuk dilakukan karena akan menentukan keunggulan daya saing perusahaan dalam jangka panjang. Selain untuk memenangkan persaingan industri, desain baru yang diciptakan juga berguna untuk mencegah kebosanan konsumen terhadap motif-motif yang sudah ada sebelumnya.

Dengan adanya persaingan tersebut, pihak Sentra Industri Batik Plumpungan harus sering menciptakan desain batik baru. Karyawan bagian desain merupakan modal utama bagi perusahaan dalam menciptakan desain baru tersebut. Karyawan bagian desain merupakan sumber daya manusia yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Simamora (dalam Nurtjahjanti, 2010: 27) mengatakan bahwa sumber daya manusia adalah aset organisasi yang paling penting yang harus dimiliki dan diperhatikan oleh perusahaan.

Profil karyawan bidang desain hendaknya memiliki ciri berupa dimilikinya semangat berkeaktivitas yang tinggi. Seorang karyawan desain haruslah memiliki semangat berkeaktivitas untuk menciptakan gagasan dan ide baru. Supriadi (dalam Rachmawati & Kurniati, 2010: 13) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada. Hal yang senada disampaikan oleh Stoner (dalam Syaroni & Sudirham, 2012: 46) yang mengatakan bahwa kreativitas sebagai penghasil ide baru dan inovasi menjadi produk, proses atau metode baru. Jika karyawan tidak bersemangat dalam menghasilkan ide baru, maka perusahaan juga tidak akan menghasilkan produk baru yang mencukupi dan bisa

diunggulkan. Perusahaan menginginkan karyawan yang memiliki semangat kreatif untuk selalu meningkatkan mutu produknya.

Semangat berkekrativitas pada karyawan bagian desain tidak selamanya tinggi. Peneliti melakukan studi pendahuluan terhadap karyawan bagian desain Sentra Batik Plumpungan Salatiga dengan menyebarkan skala sederhana yang bertujuan untuk mengungkap semangat berkekrativitas. Berikut adalah hasil studi pendahuluan yang peneliti lakukan.

Tabel 1.1
Hasil Studi Pendahuluan

No	Pernyataan	Jumlah Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya bersemangat untuk menciptakan ide desain baru	7 (35%)	13 (65%)
2	Sudah lama saya tidak menghasilkan desain baru	16 (80%)	4 (20%)
3	Seringkali saya tidak bersemangat dalam membuat desain baru	13 (65%)	7 (35%)
4	Pekerjaan membuat desain merupakan pekerjaan yang membosankan	12 (60%)	8 (40%)
5	Rasa bosan yang muncul, menjadikan saya tidak bersemangat dalam menghasilkan desain baru	17 (85%)	3 (15%)

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan, terlihat adanya indikasi bahwa *spirit of creativity* pada karyawan bagian desain di Sentra Industri Batik Plumpungan tampak belum ideal. Hal tersebut terlihat dari jawaban seluruh item yang menunjukkan semangat yang rendah dan rasa bosan pada karyawan. Hasil wawancara tidak terstruktur dengan Ibu Yuni Astuti selaku koordinator karyawan

bagian desain, memperlihatkan bahwa terdapat masalah semangat berkekrativitas yang ada pada karyawan Sentra Industri Batik Plumpungan. Beliau berkata :

“Banyak mbak yang pada bosan, kerjanya cuma gitu-gitu aja. Kalau lagi bosan biasanya pada main gitar mbak”.

Idealnya, karyawan bagian desain Batik Plumpungan memiliki semangat berkekrativitas yang tinggi dalam membuat desain baru. Semangat untuk menghasilkan produk yang baru penting untuk dilakukan karena akan menentukan keunggulan daya saing perusahaan dalam jangka panjang. Karyawan bagian desain seharusnya berusaha untuk selalu mengikuti perkembangan dalam menghasilkan berbagai kreasi batik, misalnya dalam pemilihan warna, penggunaan warna alami, serta motif yang dipakai.

Spirit of creativity atau semangat berkekrativitas merupakan suatu iklim atau suasana yang menunjukkan kegairahan dalam melaksanakan pekerjaan dan mendorong untuk menjadi lebih baik dan lebih produktif. *Spirit of creativity* penting dimiliki oleh karyawan karena dapat mendorong karyawan untuk bekerja dengan penuh inovasi.

Dalam hal desain, *spirit of creativity* dapat didefinisikan sebagai gairah untuk menemukan suatu gagasan baru dalam bidang desain. Gagasan baru tersebut menghasilkan beberapa produk baru atau pengembangan dari produk sebelumnya. Semangat untuk berkekrativitas sangat penting dimiliki karyawan bidang desain untuk mencapai produktivitas. Jika karyawan tidak memiliki *spirit of creativity*, maka tidak akan menghasilkan gagasan-gagasan yang menguntungkan bagi perusahaan. Bahkan,

karyawan akan cenderung bermalas-malasan karena tidak adanya semangat dalam menghasilkan produk baru. Jika hal tersebut terjadi, maka kerugian besar akan ditanggung oleh perusahaan. Perusahaan akan mengalami ketidakmampuan meningkatkan kualitas dan diversifikasi produk. Ketidakmampuan tersebut akan membuat konsumen jenuh dengan produk yang lama, sehingga berimbas pada penurunan omset dan keuntungan perusahaan. Saat ini semangat berkekrativitas diperlukan, bukan hanya sekedar berkekrativitas.

Di sisi lain, perilaku kerja seringkali tampak dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan. Beberapa penelitian yang mengkaji peran gaya kepemimpinan terhadap perilaku kerja dilakukan oleh Mallajareng (2014: 144) dan Shore *dkk* (dalam Nurwati *dkk*, 2012: 8). Mallajareng (2014: 144) menyatakan bahwa kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi dan perilaku kerja. Hal yang sama juga disampaikan oleh Shore *dkk* (dalam Nurwati *dkk*, 2012: 8) yang menyatakan bahwa pemimpin yang bertanggung jawab akan berdampak positif terhadap perilaku karyawan.

Persaingan industri batik yang semakin kompetitif mengharuskan karyawan desain batik mempunyai semangat berkekrativitas. Semangat berkekrativitas harus dimiliki karyawan bagian desain sehingga timbul gairah untuk menghasilkan produk-produk baru. Apabila karyawan hanya memiliki kreativitas tanpa adanya semangat, maka produk yang dihasilkan tidak akan bernilai, yaitu berupa produk-produk batik yang tidak berkualitas. Beda halnya jika semangat berkekrativitas dimiliki oleh

karyawan, semangat untuk bekerja dipadu dengan kreativitas untuk menciptakan hal baru, akan menghasilkan batik-batik baru dengan kualitas yang luar biasa.

Perusahaan, selain menuntut karyawannya untuk bekerja secara optimal agar mencapai tujuan perusahaan, di sisi lain harus mengerti akan kebutuhan setiap karyawannya. Peranan pemimpin dalam mengambil keputusan terarah pada tujuan organisasi. Konsep kepemimpinan bukanlah semata-mata berbentuk instruksi, melainkan lebih merupakan pemicu yang dapat memberikan inspirasi kepada karyawan, sehingga inspirasi dan kreativitas mereka berkembang secara optimal untuk meningkatkan semangat kerja karyawan.

Pemimpin merupakan agen perubahan (*agent of changes*), yaitu orang yang perilakunya akan lebih mempengaruhi orang lain daripada perilaku orang lain yang mempengaruhi mereka. Tanpa pemimpin, hubungan antara individu dengan tujuan organisasi akan menjadi lemah. Gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh seorang pemimpin dalam suatu organisasi dapat menciptakan integrasi yang serasi dan mendorong gairah atau semangat kerja karyawan untuk mencapai sasaran yang maksimal. Hal ini merupakan faktor manusia yang mengikat suatu kelompok untuk bersama-sama dan mendorong terhadap tujuan. Seorang pemimpin yang menggunakan gaya kepemimpinan yang tepat dan efektif dapat mempengaruhi bawahannya sehingga tujuan dari organisasi dapat tercapai secara maksimal.

Kepemimpinan yang dianut oleh seorang pemimpin mempunyai tipe atau gaya yang berbeda. Tampi (2014: 3) mendefinisikan gaya kepemimpinan adalah pola tingkah laku yang dirancang untuk memengaruhi bawahannya agar dapat

memaksimalkan kinerja yang dimiliki bawahannya sehingga kinerja organisasi dan tujuan organisasi dapat dimaksimalkan. Ada beberapa gaya kepemimpinan menurut Robbins (2008: 342) yaitu gaya kepemimpinan karismatik, transformasional, transaksional dan visioner.

Di antara gaya-gaya kepemimpinan yang dibahas di dalam literatur, terdapat bahasan mengenai *transformational leadership style*. Bass (dalam Givens, 2008: 8) menjelaskan kepemimpinan transformasional didasarkan pada pengaruh dan hubungan pemimpin dengan pengikut atau bawahan. Para pengikut merasa percaya, mengagumi, loyal dan menghormati pemimpin, serta memiliki komitmen dan motivasi yang tinggi untuk berprestasi dan berkinerja yang lebih tinggi. Tucker dan Kussell (dalam Givens, 2008: 9) menjelaskan pemimpin transformasional membantu karyawan memahami peran mereka dalam organisasi. Interaksi pemimpin transformasional dan karyawan akan meningkatkan komitmen karyawan terhadap perusahaan. Sementara itu, Elkins dan Keller (dalam Gumusluoglu & Ilsev, 2009: 462) menyebutkan bahwa gaya pemimpin ini memotivasi dan menginspirasi karyawan demi inovasi suatu organisasi.

Rivai (2013 : 14) menjelaskan bahwa kepemimpinan transformasional adalah tipe kepemimpinan yang memotivasi pengikut dalam arah tujuan yang ditegakkan dengan memperjelas peran dan tuntutan tugas. Tipe pemimpin ini menggairahkan, membangkitkan, dan mengilhami para pengikut untuk mengeluarkan upaya ekstra demi mencapai tujuan kelompok. Bass (dalam Munandar, 2001: 199) menjelaskan bahwa tipe kepemimpinan transformasional digambarkan dengan tipe kepemimpinan

yang dapat membangkitkan atau memotivasi karyawan, sehingga dapat berkembang dan mencapai kinerja pada tingkat yang tinggi, melebihi dari apa yang diperkirakan sebelumnya. Gaya pemimpin ini mendorong bawahan untuk melakukan inovasi dalam menyelesaikan persoalan dan berkreasi untuk mengembangkan kemampuan diri, serta didorong untuk menetapkan tujuan atau sasarannya yang menantang.

Gumusluoglu dan Ilsev (dalam Isaksen & Akkermans, 2011: 164) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepemimpinan transformasional dengan kreativitas karyawan. Sementara itu, Shin (dalam Dewo, 2012: 12) menjelaskan bahwa kepemimpinan transformasional secara positif berkorelasi dengan kreativitas karyawan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti ingin mengungkap ada tidaknya pengaruh *transformational leadership style* terhadap *spirit of creativity* karyawan. Oleh karena itu peneliti mengangkat judul “Pengaruh *transformational leadership style* terhadap *spirit of creativity* pada karyawan bagian desain di Sentra Batik Plumpungan Salatiga”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi dari latar belakang, maka untuk memudahkan proses penelitian serta untuk lebih memfokuskan masalah maka diperlukan adanya perumusan masalah. Adapun rumusan masalahnya antara lain:

1. Bagaimana deskripsi tingkat *spirit of creativity* di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga?

2. Bagaimana deskripsi tingkat *transformational leadership style* di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *transformational leadership style* terhadap *spirit of creativity* pada karyawan bagian desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui deskripsi tingkat *spirit of creativity* karyawan di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga.
2. Mengetahui deskripsi tingkat *transformational leadership style* di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga.
3. Menguji keberadaan pengaruh *transformational leadership style* terhadap *spirit of creativity* pada karyawan bagian desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari hasil penelitian ini meliputi:

1. Memberi sumbangan pada bidang ilmu psikologi, khususnya psikologi industri dan organisasi, dan memberi pemahaman pada pembaca tentang pentingnya *transformational leadership style* terhadap *spirit of creativity*, serta sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian di bidang psikologi industri dan organisasi selanjutnya.

2. Menjadi referensi dan informasi untuk dapat melakukan perubahan ke arah yang lebih baik ketika *transformational leadership style* berpengaruh terhadap *spirit of creativity* pada karyawan bagian desain batik



BAB 2

LANDASAN TEORI

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas untuk memperjelas variabel-variabel yang digunakan. Peneliti menyajikan pendapat dari beberapa ahli mengenai hal-hal yang berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

2.1 *Spirit of Creativity*

2.1.1. Definisi *spirit*

Spirit bisa diartikan sebagai semangat (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008: 1025). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008: 1025) semangat dapat didefinisikan sebagai kegembiraan, gairah, nafsu, kemauan, giat, bertenaga, perasaan hati untuk bekerja dan berjuang. Kamus Besar Bahasa Indonesia (Departemen Pendidikan Nasional, 2005: 1258) mendefinisikan semangat sebagai seluruh kehidupan batin manusia, nafsu (kemauan, gairah) untuk bekerja, berjuang, dan sebagainya. Sementara itu Kamus Besar Bahasa Indonesia *online* (Setiawan, 2012) mengartikan semangat sebagai kekuatan, kegembiraan, gairah, nafsu, gelora dan dorongan.

Dalam kamus psikologi (Chaplin, 1999: 480) *spirit* yaitu niat tak tertulis dan tak terucap. *Spirit* berkaitan erat dengan energi dan motivasi sebagaimana disebutkan

oleh Atkinson, Eric dan Woodworth (2004: 441). Dapat disimpulkan bahwa *spirit* adalah kemauan, gairah, dorongan individu untuk melakukan sesuatu.

2.1.2. Pendekatan pendefinisian *creativity*

Creativity dapat pula disebut dengan kreativitas. Dalam Kamus Psikologi (Reber & Emily, 2010: 217) kreativitas diartikan sebagai proses-proses mental yang mengarah kepada solusi, ide, konseptualisasi produk-produk yang unik dan baru. Gallagher (dalam Rachmawati & Kurniati, 2010: 13) mendefinisikan kreativitas sebagai proses mental yang dilakukan oleh individu, yang berupa gagasan, produk baru, atau kombinasi antara keduanya. Semiawan (dalam Hartanto, 2011: 12) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk menciptakan produk baru atau membuat kombinasi baru berdasarkan fakta, data, informasi atau unsur-unsur yang ada.

Halpern (dalam Fathan, 2013: 110) mendefinisikan kreativitas sebagai aktivitas kognitif atau proses berfikir untuk menghasilkan gagasan-gagasan baru dan berguna atau *new ideas and useful*. Sementara itu Evans (dalam Sya'roni & Sudirham, 2012: 46) menerangkan kreativitas sebagai proses menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran-pikiran manusia yang kemudian membiarkan dirinya untuk berfikir secara lebih bebas dalam membengkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan-gagasan yang menghasilkan hal yang bermanfaat. Stoner (dalam Syaroni & Sudirham, 2012: 46) mengatakan bahwa kreativitas sebagai penghasil ide baru dan inovasi menjadi produk baru, proses baru atau metode baru.

Supriadi (dalam Rachmawati & Kurniati, 2010: 13) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada. Hal senada juga disampaikan oleh Munandar (dalam Kisti & Fardana, 2012: 53) yang mengatakan bahwa kreativitas merupakan suatu kemampuan untuk melihat bermacam-macam kemungkinan penyelesaian terhadap suatu problema-problema yang semakin kompleks dimana individu harus mampu memikirkan, membentuk cara-cara baru atau mengubah cara-cara lama agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. West (dalam Setyabudi, 2011: 2) menyatakan kreativitas sebagai proses penyatuan pengetahuan dari berbagai bidang pengalaman untuk menghasilkan ide yang baru dan lebih baik.

Ada begitu banyak definisi tentang kreativitas, tetapi tidak ada satu definisi pun yang dapat diterima secara universal. Rhodes (dalam Munandar, 1999: 25) menyebutkan konsep kreativitas sebagai “*Four P’s of Creativity: person, process, press, product*”. Definisi kreativitas empat P ini saling berkaitan: Pribadi kreatif (*person*) yang melibatkan diri dalam proses kreatif (*process*), dan dengan dorongan (*press*) dari lingkungan, menghasilkan produk kreatif (*product*). Berikut tinjauan beberapa definisi tentang kreativitas berdasarkan konsep empat P menurut para ahli:

1. Definisi Pribadi (*Person*)

Definisi Pribadi (*Person*) tentang kreativitas diberikan oleh Sternberg (dalam Munandar, 1999: 26) yaitu “kreativitas merupakan titik pertemuan yang khas antara tiga atribut psikologis: inteligensi, gaya kognitif, dan kepribadian atau motivasi.

2. Definisi Proses (*Process*)

Definisi tentang proses kreatif dari Torrance (dalam Munandar, 1999: 27) yaitu kreativitas merupakan proses dari menemukan masalah sampai dengan menyampaikan hasil.

3. Definisi Produk (*Product*)

Definisi yang berfokus pada produk kreatif menurut Munandar (1999: 27) menekankan unsur orisinalitas, kebaharuan dan kebermaknaan. Barron (dalam Munandar, 1999: 28) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu. Begitu pula dengan Haefele (dalam Munandar, 1999: 28) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial". Definisi dari Haefele ini menunjukkan bahwa tidak keseluruhan dari produk kreativitas itu baru, tetapi bisa merupakan pengkombinasian dari produk yang sudah ada.

4. Definisi Pendorong (*Press*)

Kategori keempat dari definisi pendekatan terhadap kreativitas menekankan pada faktor pendorong, baik dorongan internal (dalam diri sendiri) maupun dorongan eksternal (lingkungan). Dorongan eksternal dapat berupa pujian, dukungan, dan pemberian penghargaan. Sedangkan dorongan internal yaitu dorongan untuk menghasilkan sesuatu.

Pendekatan pendefinisian kreativitas yang telah dikembangkan oleh Rhodes mengenai *Four P's of Creativity: person, process, press, product* tidak bertentangan dengan definisi konsep kreativitas. Namun, dalam konteks penelitian bidang desain,

pendekatan pendefinisian *product* merupakan pendefinisian konsep yang paling cocok digunakan. Berdasarkan pertimbangan dari beberapa literatur yang ada, disini peneliti berpendirian bahwa kreativitas adalah suatu kemampuan untuk menemukan gagasan atau produk baru.

2.1.3. Definisi *spirit of creativity*

Apabila kata *spirit* dengan *creativity* digabung, maka akan terbentuk frase *spirit of creativity*. Bila kata *spirit* berarti semangat dan *creativity* bisa dimaknai sebagai kemampuan untuk menemukan gagasan atau produk baru, maka dapat disimpulkan bahwa *spirit of creativity* adalah semangat atau gairah untuk menemukan gagasan atau ide baru sehingga menghasilkan beberapa produk baru atau pengembangan dari produk sebelumnya yang lebih unggul dan diminati.

Dalam konteks penelitian ini, *spirit of creativity* dalam hal desain yaitu semangat untuk menemukan produk atau gagasan baru dalam hal desain. Gagasan baru tersebut menghasilkan beberapa produk baru atau pengembangan dari produk sebelumnya.

2.2 Kriteria Kemampuan Berpikir Kreatif

Munandar (dalam Azhari dan Somakim, 2013: 4) menyebutkan kemampuan berpikir kreatif meliputi empat kriteria, antara lain:

1. Keterampilan berpikir lancar
 - a. Menghasilkan banyak gagasan yang relevan
 - b. Arus pemikiran lancar
2. Keterampilan berpikir lentur (fleksibel)

- a. Menghasilkan gagasan-gagasan yang seragam
 - b. Mampu mengubah cara atau pendekatan
 - c. Arah pemikiran yang berbeda
3. Keterampilan berpikir orisinal
- a. Memberikan gagasan yang tidak lazim
 - b. Memberikan gagasan yang berbeda
 - c. Memberikan gagasan yang jarang diberikan kebanyakan orang
4. Keterampilan berpikir terperinci (elaborasi)
- a. Mengembangkan, menambah, memperkaya suatu gagasan
 - b. Memperinci detail-detail
 - c. Memperluas suatu gagasan

2.2.1. Karakteristik berpikir kreatif

Karakteristik berfikir kreatif menurut Winardi (dalam Sya'roni & Sudirham, 2012: 47) yaitu:

1. Mencoba mengemukakan ide-ide atau gagasan asli dengan membuat keterkaitan baru diantara hal-hal yang telah diketahui
2. Memperhatikan hal-hal yang tidak diduga
3. Mempertimbangkan karakteristik pribadi seperti fleksibilitas dan spontanitas dalam pemikiran
4. Kerja keras untuk membentuk gagasan-gagasan sehingga orang lain dapat melihat nilai dalam dirinya.

Koestler (dalam Rachman, 2008: 61) menyebutkan karakteristik pribadi kreatif yaitu:

1. Keinginan yang terus-menerus untuk mencari pengetahuan yang luas dalam bidang yang dikuasai
2. Kualitas yang memungkinkan munculnya respon seperti rasa percaya diri, kukuh pada pendirian, tidak mengenal lelah dan berani mengambil resiko
3. Kemampuan membagi konsentrasi, menggunakan kekuatan intuitif untuk menyelesaikan masalah
4. Keinginan yang kuat untuk menghadapi persoalan

2.2.2. Komponen berfikir kreatif

Besmer dan Treffinger (dalam Munandar, 2009: 41) menyebutkan bahwa komponen berfikir kreatif (*Creative Product Analysis Matrix*) dapat digolongkan menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Kebaharuan (*novelty*)
Sejauh mana dampak dari produk baru terhadap produk kreatif di masa depan.
2. Pemecahan (*resolution*)
Sejauh mana produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan suatu persoalan.
3. Kerincian (*elaboration*)
Sejauh mana suatu produk dapat menggabungkan unsur-unsur yang tidak serupa, menjadi suatu kesatuan yang berkaitan.

2.3 Kriteria Kreativitas

Fathan (2013: 110) menyebutkan bahwa kriteria kreativitas terdiri dari dua macam, yaitu:

1. Suatu gagasan dapat dikatakan kreatif apabila memiliki kriteria baru di dalam beberapa aspeknya. Kriteria baru dapat mencakup dua perspektif: psikologis dan budaya. Menurut perspektif psikologis sesuatu gagasan dapat dikatakan baru atau orisinal apabila pemikir sendiri belum pernah menghasilkan gagasan itu, meski di tempat lain mungkin orang lain telah menghasilkan gagasan serupa, namun hal ini hanya terjadi secara kebetulan. Sementara itu menurut perspektif budaya, sesuatu gagasan dapat dianggap baru atau original, jika memang gagasan itu belum pernah dijumpai di lingkungan budaya masyarakat. Kriteria baru juga tidak berarti bahwa gagasan itu sama sekali belum pernah ada, tetapi boleh jadi merupakan suatu gagasan yang dikembangkan dari hasil memodifikasi atau mengubah gagasan-gagasan yang sudah ada sebelumnya.
2. Kriteria kedua bagi kreativitas adalah kegunaan. Terhadap kriteria kedua ini, sebagian ahli berpendapat tidak perlu, yang penting suatu gagasan atau pemikiran memiliki aspek baru. Sebab, kegunaan atau aspek praktis dari suatu gagasan seringkali bersifat relative, tergantung pada suatu budaya, perjalanan waktu, dan tujuan yang diinginkan oleh pemikir sendiri. Sebagian ahli berpendapat bahwa selain baru, suatu gagasan kreatif juga memenuhi kriteria kegunaan bagi pemikir sendiri atau masyarakatnya.

2.3.1. Tahap-tahap kreativitas

Proses kreatif dianggap menyerupai pemecahan masalah oleh para ahli psikologi kognitif, kecuali pada aspek baru di dalam permasalahan atau pemecahan yang dihasilkan. Menurut Wallas (dalam Fathan, 2013: 112) langkah-langkah kreativitas yaitu:

1. Persiapan

Pada tahap persiapan ini seseorang berusaha untuk mengumpulkan berbagai macam informasi yang relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi. Informasi secara lengkap sangat dibutuhkan agar seseorang dapat lebih memahami pokok permasalahan dan hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan itu.

2. Inkubasi

Pada tahap inkubasi, seseorang dengan sengaja untuk sementara waktu tidak memikirkan masalah yang tengah dicari permasalahannya. Meski demikian, sebenarnya didalam pikiran tidak sadar orang itu tetap berlangsung proses pencarian pemecahan.

3. Iluminasi

Suatu gagasan atau rencana yang telah ditemukan. Namun, gagasan ini biasanya masih berupa gagasan pokok atau garis besar. Tahapan ini sering disebut tahapan munculnya ilham secara tiba-tiba, berupa kilatan imajinasi yang melahirkan jawaban atas permasalahan.

4. Verifikasi

Pada tahap akhir, melaksanakan gagasan yang telah ditemukan itu untuk telah berhasil maka proses berfikir kreatif selesai. Namun, jika ternyata gagal memecahkan masalah, sambil dievaluasi bagaimana hasil-hasilnya

2.4 Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Spirit of Creativity*

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya *spirit of creativity* menurut Gumusloughlu dan Ilsev (2009: 464) ialah:

1. Adanya suasana atau iklim kerja yang bersahabat dengan anggota lainnya
2. Tidak merasa tertekan karena pekerjaan yang diberikan
3. Hubungan yang harmonis antara atasan dengan bawahan

2.5 Pengukuran *Spirit of Creativity*

Kajian mengenai kreativitas dilakukan dengan menggunakan alat ukur yang bervariasi. Suharnan (dalam Iswantiningtyas, 2012: 3) mengukur kreativitas dengan menggunakan skala C.O.R.E. Skala C.O.R.E ini merupakan penjabaran dari *curiosity, openness to experience, risk tolerance* dan *energy*.

Pengukuran kreativitas lain dilakukan oleh Torrance (dalam Munandar, 1999: 82) yang menggunakan alat ukur TTCT (*Torrance Test of Creativity Thinking*) yang mempunyai bentuk verbal dan visual.

Namun pada penelitian kali ini, peneliti tidak mengukur kreativitas, melainkan mengukur *spirit of creativity*. Hingga saat ini, peneliti belum menemukan alat ukur *spirit of creativity*. Oleh karena itu, alat ukur *spirit of creativity* dirancang sendiri oleh penulis. Dalam merancang alat ukur *spirit of creativity*, penulis memerlukan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Mencari makna *spirit of creativity* (keterangan lengkap ada pada halaman 11)
2. Menjadikan rincian *spirit* dan *creativity* sebagai satu kesatuan yang siap diperlakukan sebagai sub variabel (keterangan lengkap terdapat pada halaman 15)

Dalam bentuk tabel, rancangan alat ukur *spirit of creativity* disampaikan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Rancangan alat ukur *spirit of creativity*

	Variabel		Indikator
	<i>Spirit</i>	<i>Creativity</i>	
E l e m e n	Kemauan	Baru	Kemauan untuk menghasilkan gagasan atau ide baru
		Orisinal	Kemauan untuk menghasilkan gagasan yang orisinal
		Bermakna	Kemauan untuk menghasilkan gagasan yang bermakna
	Gairah	Baru	Gairah atau rasa senang hati untuk menghasilkan gagasan atau ide baru
		Orisinal	Gairah untuk menciptakan gagasan atau ide yang orisinal
		Bermakna	Gairah untuk menghasilkan gagasan atau ide yang bermakna
	Dorongan	Baru	Dimilikinya keinginan untuk menghasilkan gagasan atau ide baru
		Orisinal	Dorongan untuk menghasilkan gagasan atau ide yang orisinal

		Bermakna	Dimilikinya keinginan untuk menghasilkan gagasan atau ide yang bermakna
--	--	----------	---

Dalam penelitian ini, rancangan alat ukur di atas akan dijadikan dasar pengembangan alat ukur *spirit of creativity*.

2.6 Transformational Leadership Style

2.5.1. Hakikat kepemimpinan

Tjiptono dan Diana (2001: 152) mengemukakan bahwa kepemimpinan merupakan suatu abstrak, tetapi hasilnya nyata. Koontz dan O'donnel (dalam Rivai, 2013: 33) mendefinisikan kepemimpinan sebagai proses memengaruhi sekelompok orang sehingga bersedia untuk bekerja dengan sungguh-sungguh untuk meraih tujuan kelompoknya. Ott (dalam Rivai, 2013: 33) mendefinisikan kepemimpinan sebagai proses hubungan antarpribadi yang di dalamnya seseorang memengaruhi sikap, kepercayaan, dan perilaku orang lain.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Robbins (2002: 163), yang menjelaskan bahwa kepemimpinan merupakan kemampuan untuk memengaruhi suatu kelompok untuk pencapaian tujuan. Rivai (2013: 33) mendefinisikan kepemimpinan adalah suatu perilaku dengan tujuan tertentu untuk memengaruhi aktivitas para anggota kelompok untuk mencapai tujuan bersama yang dirancang untuk memberikan manfaat individu dan organisasi. Gibson (dalam Kahar, 2008: 23) menyatakan bahwa

kepemimpinan adalah suatu upaya menggunakan pengaruh untuk memotivasi orang-orang guna pencapaian suatu tujuan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan adalah kemampuan untuk memengaruhi perilaku seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu dan pada situasi tertentu.

2.5.2. Macam-macam gaya kepemimpinan

Kepemimpinan mempunyai gaya yang bermacam-macam. Beberapa ahli mempunyai pembagian tersendiri dalam melihat gaya kepemimpinan. Menurut Robbins (2008: 342) terdapat empat macam gaya kepemimpinan yaitu sebagai berikut:

1. Gaya kepemimpinan Kharismatik

Gaya kepemimpinan kharismatik adalah gaya kepemimpinan yang memicu para pengikutnya dengan memperlihatkan kemampuan heroik atau luar biasa ketika mereka mengamati perilaku tertentu pemimpin mereka.

2. Gaya kepemimpinan transaksional

Gaya kepemimpinan transaksional adalah gaya kepemimpinan yang memandu atau memotivasi para pengikutnya menuju ke sasaran yang ditetapkan dengan memperjelas persyaratan peran dan tugas.

3. Gaya kepemimpinan transformasional

Gaya kepemimpinan transformasional adalah gaya kepemimpinan yang menginspirasi para pengikut untuk melampaui kepentingan pribadi mereka dan mampu membawa dampak yang mendalam dan luar biasa pada pribadi para pengikut.

4. Gaya kepemimpinan visioner

Gaya kepemimpinan visioner adalah gaya kepemimpinan yang mampu menciptakan dan mengartikulasikan visi yang realistis, kredibel, dan menarik mengenai masa depan organisasi atau unit organisasi yang tengah tumbuh dan membaik.

Berbeda dengan pembagian jenis gaya kepemimpinan yang diungkapkan oleh Robbins, terdapat lima gaya kepemimpinan menurut Siagian (dalam Tampi, 2014 : 3), yaitu:

1. Tipe pemimpin yang otokratik

Seorang pemimpin yang bertipe otokratik ialah seorang pemimpin yang menganggap organisasi sebagai milik pribadi dan tidak mau menerima kritik, saran atau pendapat dari bawahan.

2. Tipe pemimpin yang militeristik

Seorang pemimpin yang bertipe militeristik ialah seorang pemimpin yang menggerakkan bawahannya dengan sistem perintah dan menuntut disiplin yang tinggi.

3. Tipe pemimpin yang paternalistik

Seorang pemimpin yang bertipe paternalistik ialah seorang pemimpin yang bersikap terlalu melindungi. Tipe pemimpin ini jarang memberikan kesempatan kepada bawahannya untuk mengambil keputusan dan jarang memberikan kesempatan kepada bawahan untuk mengembangkan daya kreasi.

4. Tipe pemimpin yang kharismatik

Seorang pemimpin yang bertipe kharismatik ialah seorang pemimpin yang memiliki visi dan tujuan yang jelas. Tipe pemimpin ini mendorong bawahan untuk maju mencapai tujuan.

5. Tipe pemimpin demokratis

Tipe pemimpin yang bertipe demokratis ialah seorang pemimpin yang senang menerima saran, pendapat dan kritikan dari bawahan. Tipe pemimpin ini selalu berusaha mengutamakan kerjasama tim dalam usaha mencapai tujuan.

2.5.3. Pengertian *transformational leadership style*

Gaya kepemimpinan transformasional merupakan gaya yang relatif baru dalam studi-studi kepemimpinan. Beberapa ahli menjelaskan gaya kepemimpinan transformasional menurut sudut pandang masing-masing.

Sari (2012: 24) mengartikan kepemimpinan transformasional sebagai kepemimpinan yang mampu mendukung pengikutnya untuk berpikir secara kreatif dengan menggunakan pendekatan yang baru, melibatkan pengikutnya dalam proses pengambilan keputusan, menginspirasi loyalitas pengikutnya dan mencoba memahami perbedaan individualitas pengikutnya dalam rangka mengembangkan potensi optimal dari pengikutnya.

Tichy dan Devanna (dalam Ariesta, 2012: 26) menyatakan keberadaan para pemimpin transformasional mempunyai efek transformasi baik pada tingkat organisasi maupun pada tingkat individu. Menurut Ancok (2012: 130) kepemimpinan transformasional memiliki sifat memanusiakan pengikutnya dan memperlakukan

pengikutnya sebagai manusia cerdas. Elkins dan Keller (dalam Gumusluoglu & Ilsev, 2009: 462) menjelaskan bahwa tipe pemimpin transformasional mampu memotivasi dan menginspirasi karyawan demi inovasi suatu organisasi.

Berdasarkan pendapat Avolio (dalam Parrott, 2000: 65), kepemimpinan transformasional memfokuskan pada dua permasalahan yaitu kinerja dan pengembangan bawahan. Sedangkan Burns (dalam Parrott, 2000: 64) mendefinisikan kepemimpinan transformasional adalah suatu proses dimana pemimpin dengan pengikut atau bawahan secara bersama-sama sampai kepada moralitas dan motivasi pada tingkat yang lebih tinggi.

Bass (dalam Sari, 2012: 23) menjelaskan tipe kepemimpinan transformasional secara lebih mendalam dan rinci. Bass menyatakan pemimpin transformasional memberikan inspirasi terhadap pengikutnya untuk memiliki visi sesuai dengan organisasi serta turut mengembangkan budaya kerja yang akan membangkitkan aktivitas kinerja yang tinggi. Selain memberikan stimulasi dan inspirasi, pemimpin transformasional memaksimalkan kemampuan pengikut untuk memberikan usaha terbaiknya dan mengembangkan kapasitas kepemimpinan yang mereka miliki.

Rivai (2013: 14) juga mempunyai pandangan yang senada dengan para ahli yang sebelumnya mengenai gaya kepemimpinan transformasional. Rivai menyebutkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional merupakan tipe pemimpinan yang memotivasi pengikut dengan cara memperjelas peran dan tuntutan tugas. Tampi (2014: 5) mengemukakan pemimpin transformasional dapat mengubah

kesadaran para pengikut terhadap suatu persoalan, dengan membantu mereka memandang masalah lama dengan cara-cara baru.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan transformasional merupakan gaya kepemimpinan dengan peningkatan gairah bawahan dalam menciptakan inovasi.

2.5.4. Aspek *transformasional leadership style*

Munandar (2001: 200) menyebutkan lima aspek *transformational leadership style* adalah :

1. *Attributed Charisma*

Pemimpin mendahulukan kepentingan perusahaan dan kepentingan orang lain dari kepentingan diri. Ia sebagai pimpinan perusahaan bersedia memberikan pengorbanan untuk kepentingan perusahaan. Ia menimbulkan kesan pada bawahannya bahwa ia memiliki keahlian untuk melakukan tugas pekerjaannya, sehingga patut dihargai. Bawahan memiliki rasa bangga dan merasa tenang berada dekat dengan pemimpinnya. Pemimpin juga dapat tenang menghadapi situasi yang kritis, dan yakin dapat berhasil mengatasinya.

2. *Inspirational Leadership atau Motivation*

Pemimpin mampu menimbulkan inspirasi pada bawahannya, antara lain dengan menentukan standar-standar tinggi, memberikan keyakinan bahwa tujuan dapat dicapai. Bawahan merasa mampu melakukan tugas pekerjaannya, mampu memberikan berbagai macam gagasan. Mereka merasa diberi inspirasi oleh pemimpinnya.

3. *Intellectual Stimulation*

Bawahan merasa bahwa pimpinan mendorong mereka untuk memikirkan kembali cara kerja mereka, untuk mencari cara-cara baru dalam melaksanakan tugas, mampu merasa mendapatkan cara baru dalam mempersepsi tugas-tugas mereka.

4. *Individualized Consideration*

Bawahan merasa diperhatikan dan diperlakukan secara khusus oleh pimpinannya. Pemimpin memperlakukan setiap bawahannya sebagai seorang pribadi dengan kecakapan, kebutuhan, keinginannya masing-masing.

5. *Idealized Influence*

Pemimpin berusaha, melalui pembicaraan, memengaruhi bawahan dengan menekankan pentingnya nilai-nilai dan keyakinan, pentingnya keikatan pada keyakinan, perlu dimilikinya tekad mencapai tujuan, perlu diperhatikan akibat-akibat moral dan etik dari keputusan yang diambil.

Berbeda dengan pembagian aspek *transformational leadership style* yang disebutkan oleh Munandar (2001: 200). Menurut Bass dan Avolio (dalam Sari, 2012: 24), terdapat empat aspek gaya kepemimpinan transformasional, yaitu:

1. *Idealized Influence*

Pemimpin transformasional memiliki perilaku yang dapat menjadi contoh atau role model bagi pengikutnya. Pemimpin adalah seorang yang dikagumi, dihormati, dan dipercaya. Pengikut meniru pemimpin dan bercita-cita ingin seperti dia, pemimpin dianggap memiliki kemampuan yang luar biasa, teguh dalam usahanya dan pengambil keputusan. Pemimpin yang memiliki komponen ini juga seorang yang

bersedia mengambil risiko dan konsisten dalam setiap keputusannya. Mereka dapat dipercaya untuk melakukan segala sesuatu dengan benar, serta menunjukkan standar etis dan moral yang tinggi.

2. *Inspirational Motivation*

Pemimpin transformasional memberikan motivasi dan menginspirasi para pengikutnya dengan memberikan makna dan tantangan terhadap pekerjaannya; membangun *team spirit*, menularkan rasa antusiasme dan optimis. Pemimpin menjadikan setiap pengikutnya memiliki visi bagi masa depan, menjalin komunikasi seperti yang diharapkan pengikutnya, serta menunjukkan komitmen terhadap tujuan atau visi yang disampaikannya.

3. *Intellectual Stimulation*

Pemimpin transformasional memberikan rangsangan terhadap pengikutnya untuk berusaha menjadi inovatif dan kreatif dengan bertanya secara aktif mengenai asumsi yang dimiliki, menggali permasalahan yang ada sebelumnya, dan memperbaharui pendekatan lama dengan pendekatan yang lebih baru. Pemimpin tidak pernah memberikan kritik terhadap kesalahan pengikut di depan orang banyak, mereka juga terbuka terhadap ide baru dan pemecahan masalah secara kreatif yang disampaikan pengikut.

4. *Individual Consideration*

Pemimpin transformasional memberikan perhatian lebih kepada setiap pengikutnya secara individu untuk berprestasi dan berkembang dengan berperan

sebagai pelatih (*coach*) atau mentor, sehingga para pengikut akan mengembangkan potensi dirinya ke arah yang jauh lebih tinggi.

Sebagian besar kajian *transformatioanal leadership style* dilakukan dengan mengukur aspek-aspeknya. Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu menggunakan berbagai macam alat ukur. Bass & Avolio (dalam Sari, 2012: 26) menggunakan *Multifactor Leadership Quistionare* (MLQ) sebagai alat ukur *transformatioanal leadership style*. Hal yang serupa diungkapkan oleh Helmi dan Arisudana (2009: 101) yang menggunakan Skala *Multifactor Leadership Quistionare* dari Bass & Avolio yang terdiri dari empat aspek yaitu pengaruh yang diidealkan/karismatik, stimulasi inteektual, motivasi inspirasional, dan pertimbangan individual. Seperti halnya dengan Helmi dan Arisudana, Rowold (2005: 5) juga menggunakan *Multifactor Leadership Quistionare* sebagai alat ukur untuk menilai kepemimpinan transformasional. Parrott (2000: 65) mengukur gaya kepemimpinan transformasional dengan menggunakan skala *Multifactor Leadership Quistionare* dari Bass dan Avolio.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, maka peneliti lebih condong untuk menggunakan aspek untuk mengukur *transformatioanal leadership style*. Aspek yang peneliti gunakan yaitu aspek menurut Bass dan Avolio (dalam Sari, 2012: 24) yang terdiri dari *idealized influence*, *inspirational motivation*, *intellectual stimulation*, *individual consideration*. Alasan peneliti menggunakan aspek dari Bass dan Avolio (dalam Sari, 2012: 24) dikarenakan keterangan yang diberikan cukup lengkap dan sesuai dengan konteks penelitian kreativitas yang akan peneliti lakukan.

2.7 Pengaruh *Transformational Leadership Style* terhadap *Spirit of Creativity*

Beberapa kajian mengenai *transformational leadership style* telah banyak dilakukan. Elkins dan Keller (dalam Gumusluoglu & Ilsev, 2009: 462) menyebutkan bahwa tipe kepemimpinan transformasional dapat memotivasi dan menginspirasi karyawan demi inovasi suatu organisasi. Gumusluglu dan Ilsev (dalam Isaksen & Akkermans, 2011: 164) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepemimpinan transformasional dengan kreativitas karyawan. Hal yang senada juga disebutkan oleh Gumusluglu dan Ilsev (2009: 467) yang menyebutkan bahwa tipe kepemimpinan transformasional secara signifikan berpengaruh terhadap kreativitas dan inovasi dalam perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012: 79) menyatakan bahwa gaya kepemimpinan transformasional atasan secara signifikan memengaruhi kreativitas pegawai bank XYZ syariah.

Beberapa penelitian mengenai *transformational leadership style* menggunakan komponen untuk menjelaskan dinamika penelitian. Dalam hal ini dapat dijelaskan melalui empat komponen kepemimpinan transformasional, yaitu *idealized influence*, *inspirational motivation*, *intellectual stimulation*, dan *individual consideration*.

Terdapat faktor-faktor yang memengaruhi tinggi rendahnya *spirit of creativity* pada karyawan desain. Faktor-faktor tersebut adalah suasana atau iklim kerja yang bersahabat dengan anggota lainnya, tidak merasa tertekan karena pekerjaan yang diberikan, serta hubungan yang harmonis antara atasan dengan bawahan.

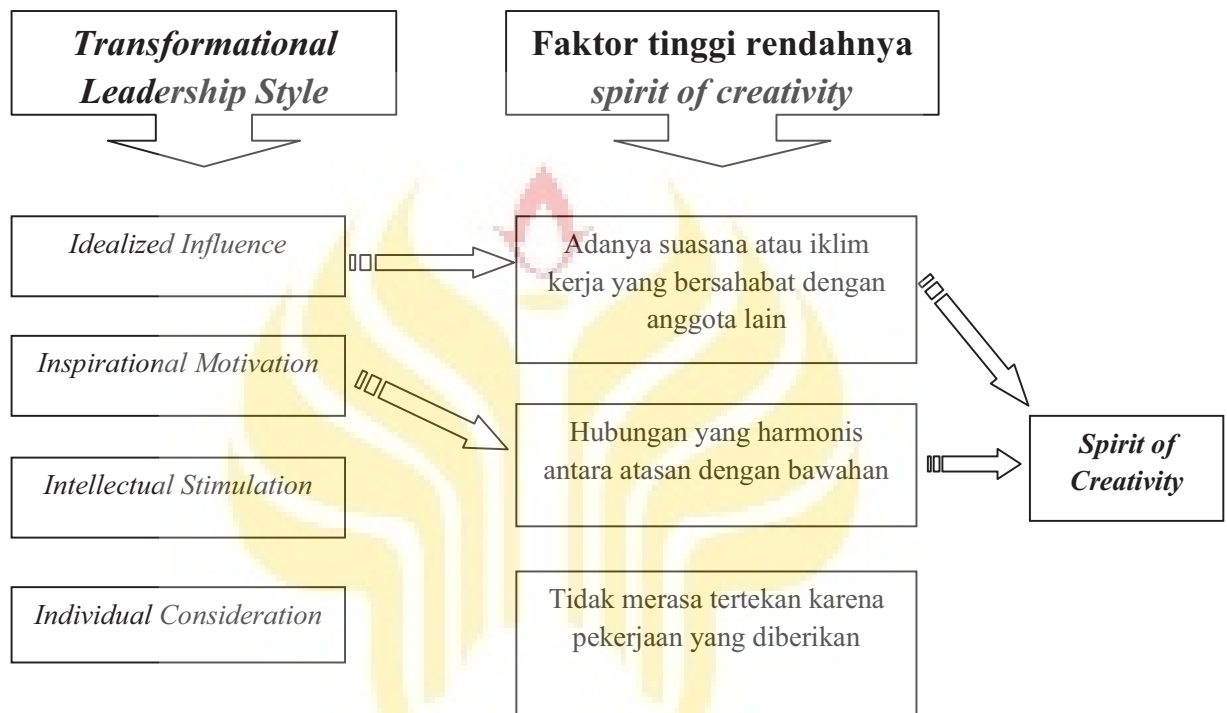
Faktor-faktor diatas dapat dipengaruhi oleh *transformational leadership style*, dimana *transformational leadership style* mempunyai 4 aspek yaitu *idealized*

influence, intellectual stimulation, inspirational motivation, dan individual motivation. Salah satu aspek yang sangat berkaitan dengan faktor penentu tinggi rendahnya *spirit of creativity* adalah *inspirational motivation*. *Inspirational motivation* yang dimiliki oleh pemimpin akan berkaitan dengan hubungan yang baik antara atasan dan bawahan. Hubungan yang baik tersebut tercipta berkat adanya sifat *inspirational motivation* yang dapat memberikan motivasi dan inspirasi kepada bawahan untuk bekerja. Hubungan yang baik antara atasan dan bawahan akan menjadikan tingkat *spirit of creativity* pada karyawan.

Aspek lain yang dapat berkontribusi dalam tinggi rendahnya *spirit of creativity* yaitu *idealized influence*. Pada aspek ini, atasan dapat memengaruhi bawahan dalam menentukan idealisme. Idealisme yang ditularkan kepada bawahan dalam bentuk kerjasama. Apabila kerjasama dapat tercipta antar anggota karyawan, maka iklim atau suasana dalam bekerja juga akan maksimal, sehingga dapat meningkatkan *spirit of creativity* pada karyawan. Sesuai dengan pengertian dan komponen dari *transformational leadership style*, masuk akal apabila tipe kepemimpinan tersebut dapat menumbuhkan semangat berkreaitivitas atau *spirit of creativity* pada karyawan bidang desain.

2.7 Kerangka Berpikir

Berikut ini merupakan kerangka berpikir yang mendasari dilaksanakan penelitian ini:



Gambar 2.1

Pengaruh *Transformational Leadership Style* terhadap *Spirit of Creativity* pada Karyawan bagian Desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga.

2.8 Hipotesis

Hipotesis menurut Purwanto (2013: 67) adalah “sintesis dari kajian pustaka terkait permasalahan penelitian yang diajukan oleh seorang peneliti”. Berdasarkan uraian teoretis serta kerangka berpikir yang telah tersaji di atas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Transformational leadership style* berpengaruh terhadap *spirit of creativity* pada karyawan bagain desain di Sentra Industri Batik Plumpungan Salatiga.



BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat *spirit of creativity* individu (karyawan) desain Sentra Industri Batik Plumpungan berada pada kategori tinggi. Indikator yang paling berkontribusi pada tinggi rendahnya *spirit of creativity* adalah dimilikinya keinginan untuk menghasilkan gagasan atau ide yang bermakna.
2. Tingkat *transformational leadership style* atasan Sentra Industri Batik Plumpungan berada pada kategori tinggi. Aspek yang paling berkontribusi pada tinggi rendahnya *transformational leadership style* atasan Sentra Industri Batik Plumpungan adalah *idealized influence*. Aspek *idealized influence* paling berkontribusi dikarenakan pemimpin dapat menularkan idealisme kepada bawahan.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *transformational leadership style* dengan *spirit of creativity*. Hal tersebut menandakan jika *transformational leadership style* atasan tinggi, maka *spirit of creativity* individu (karyawan) desain Sentra Industri Batik Plumpungan tinggi. Sebaliknya, jika

transformational leadership style atasan rendah, maka *spirit of creativity* individu (karyawan) rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disimpulkan dari hasil penemuan penelitian, maka peneliti memberikan saran untuk beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Subjek Penelitian

Tingkat kemauan untuk menghasilkan gagasan yang orisinil merupakan indikator yang paling rendah, maka cara yang dapat dilakukan yaitu dengan seringnya mengikuti pelatihan yang diadakan. Seringnya berlatih membuat desain dan mengikuti pelatihan akan membuka wawasan baru pada karyawan. Adanya wawasan baru dapat mengembangkan gambaran-gambaran dalam pikiran karyawan sehingga dapat menghasilkan karya-karya baru yang orisinil.

2. Bagi Organisasi

Mengingat persaingan yang semakin kompetitif di masa yang akan datang, manajemen perlu untuk sering mengadakan pelatihan mendesain batik yang dilakukan oleh pemimpin. Peningkatan *intellectual stimulation* pada pemimpin bisa merangsang karyawan untuk lebih bergairah dalam menghasilkan gagasan yang orisinil.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan seperti diberlakukannya *try out* terpakai dan jumlah sampel yang terbatas. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat

melakukan *try out* instrumen yang kemudian hasil perbaikan *try out* digunakan untuk skala penelitian selanjutnya. Penambahan jumlah sampel diperlukan agar jawaban dari skala penelitian dapat variatif. Selain itu diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel lain untuk mengembangkan penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Alsa Asmadi. 2003. *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ancok Djameludin. 2012. *Psikologi Kepemimpinan & Inovasi*. Jakarta: Erlangga
- Ariesta Riza. 2014. Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Gaya Kepemimpinan Transaksional Terhadap Kinerja Karyawan. *Skripsi Manajemen Universitas Diponegoro*
- Atkinson J, Eric Berne, Woodworth R S. 2004. *Dictionary of Psychology*. Delhi: Meenakshi Printers
- Azhari, Somakim. 2013. Peningkatan Kemampuan Berfikir Kreatif Matematik Siswa Melalui Pendekatan Konstruktivisme di Kelas VII Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Banyuasin III. *Jurnal Pendidikan Matematika, Vol. 7, No. 02, Page. 1-12*
- Azwar Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____.2012. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- _____.2014. *Tes Prestasi*. Yogyakarta: PustakaPelajar
- _____.2015. *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Chaplin J P. 1999. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Gravindo Persada
- Cheung Millisa F.Y, Wong Chi-Sum. 2011. Transformational Leadership, Leaders Support, and Employee Creativity. *Leadership & Organizational Development Journal. Vol. 32, No. 07, Page. 656-672*
- Crewwell W John. 2010. *Research Design PendekatanKualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka
- Dewo Tertio Kunto. 2012. Kreativitas dalam Gaya Kepemimpinan Transformasional pada PT. Pamindo Prima Utama Mandiri. *Artikel*. Page 1-17
- Fathan Luthfi. 2013. *Psikologi Kognitif*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Ghazali Sabarani, Johari Husna, Othman Abdul Aziz. 2014. Leadership and Personality Influence on Creativity. *International Review of Social Sciences*, Vol .02, No. 10, Page. 447-456
- Givens Roger J. 2008. Transformational Leadership: The Impact on Organizational and Personal Outcomes. *Emerging Leadership Journeys*, Vol. 01, No. 01, Page.4-24
- Gumusluoglu Lale, Ilsev Arzu. 2009. Transformational leadership, creativity and organizational innovation. *Journal of business research*, No. 62, Page 461-473
- Hadi Sutrisno. 1991. *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai dengan Basica*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hartanto. 2011. Mengembangkan Kreativitas Siswa Melalui Pembelajaran Matematika dengan Pendekatan Inkuiri. *Jurnal Kependidikan Ttriadik*, Vol 14, No. 01, Page 11-18
- Helmi Fadilla Avin, Arisudana Iman. 2009. Kepemimpinan Transformasional, Kepercayaan dan Berbagai Pengetahuan dalam Organisasi. *Jurnal Psikologi*, Vol 36, No. 02, Page. 95-105
- Isaksen Scott G, Akkermans Hans J. 2011. Creative Climate: A Leadership Lever for Innovation. *Journal of Creative Behaviour*, Vol 45, No. 03, Page. 161-187
- Iswantiningtyas Veny. 2012. Pola Asuh Orangtua Demokratis, Kreativitas dan Adversity Quotient Remaja Awal. *Jurnal Psikologi Persona*, Vol. 01, No. 01, Page.1-5
- Kahar Irawaty A. 2008. Konsep Kepemimpinan dalam Perubahan Organisasi (Organizational Change) pada Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 04, No. 01, Page.21-27

- Kisti Hepy Hapsari, Fardana Nur Ainy. 2012. Hubungan Antara *Self Efficacy* dengan Kreativitas Pada Siswa SMK. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, Vol. 01, No. 02, Page.52-58
- Lesilolo Herly Janet. 2012. Kepemimpinan Transformasional dalam Rekonstruksi Peran Agama di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, Vol. 01, No. 01, Page. 83-93
- Mallajareng H Muhlis. 2014. Leadership and Provincial Government Employee Performance: The Influence of Work Capability, Motivation and Behavior Relationship. *Journal of Economics and Sustainable Development*, Vol. 05, No. 05, Page.138-150
- Mittal Swati, Dhar Rajik Lochan. 2015. Transformational Leadership and Employee Creativity Mediating Role of Creative Self-Efficacy and Moderating Role of Knowledge Sharing. *Management Decision Journal*. Vol. 52, No. 05,Page. 894-910
- Munandar Ashar Sunyoto. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Tangerang: UI Press
- Munandar Utami. 1999. *Kreativitas & Keberbakatan, Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif & Bakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- _____. 2009. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta :Rineka Cipta
- Nurtjahjanti, Harlina. 2010. Spiritualitas Kerja sebagai Ekspresi Keinginan Diri Karyawan untuk Mencari Makna dan Tujuan Hidup dalam Organisasi. *Jurnal Psikologi Undip*, Vol. 07, No. 01, Page. 27-30
- Nurwati, Nimran Umar, Setiawan Margono, Surachman. 2012. Pengaruh Kepemimpinan terhadap Budaya Organisasi, Komitmen Kerja, Perilaku Kerja dan Kinerja Pegawai (Studi pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Provinsi Sulawesi Tenggara. *Jurnal Psikologi Undip*, Vol 10, No. 01, Page. 1-11
- Palgunanto, Suparno, Dwityanto. 2010. Kinerja Karyawan Ditinjau Dari Gaya Kepemimpinan Transformasional. *Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*, Vol. 12, No. 01, Page. 66-73
- Parrott Richard. 2000. Transformational Leadership: Theory and Reflection. *Ashland Theological Journal*, Vol. 32, Page 63-76

- Purwanto, Edy. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rachman Hari Amirullah. 2008. Dimensi Kreatif dalam Pembelajaran Pendidikan Jasmani di Sekolah. *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, Vol. 05, No. 01, Page.57-65
- Rachmawati Yeni, Kurniati Euis. 2010. *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak Usia Taman Kanak-Kanak*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Rivai Veithzal. 2013. *Pemimpin dan Kepemimpinan dalam Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Robbins Stephen P. 2002. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- _____. 2008. *Perilaku Organisasi Edisi ke 12*. Jakarta: Salemba Empat
- Rowold Jens. 2005. Multifactor Leadership Questionnaire Psychometric Properties of the German Translator by Jens Rowold. *Mind Garden, Inc*, Page 1-28
- Sari Mega Nirmala. 2012. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Atasan terhadap Peningkatan Kreativitas Pegawai dengan memberikan *Workshop Coaching* pada Atasan di Bank XYZ Syariah. *Tesis Psikologi Universitas Indonesia*
- Saud. 2012. The Effects of Transformational Leadership on Followers' Creativity and Organisational Innovation in Public Sector. *Doctoral Symposium 27th & 28th March 2012*. Brunei Business School, Page 1-18
- Setiawan Ebta. 2012. *KBBI Online*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa: Kemdikbud versi bahasa. Diakses pada tanggal 11 Februari 2016. Kbbi.web.id/semangat
- Setyabudi Iman. 2011. Hubungan Antara Adversiti dan Inteligensi dengan Kreativitas. *Jurnal Psikologi*, Vol. 09, No. 01, Page. 1-8
- Sudjana. 2002. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sustiningsih. 2012. Trust Building dan Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa, Arab dan Cina di Pekalongan. *Jurnal Penelitian, Vol. 09, No. 01, Page. 66-87*
- Sya'roni Wahab Deden, Sudirham Janivita J. 2012. Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Teknologi, Vol. 11, No. 01, Page. 42-59*
- Tampi Bryan Johannes. 2014. Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Negara Indonesia TBK (Regional Sales Manado). *Journal Acta Diurna, Vol 03, No. 04, Page. 1-20*
- Tjiptono Fandy, Diana Anastasia. 2001. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi



VAR00027	Pearson Correlation	.713*
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	37
VAR00028	Pearson Correlation	.470**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	37
VAR00029	Pearson Correlation	.484**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	37
VAR00030	Pearson Correlation	.560**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	37
VAR00031	Pearson Correlation	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	37
VAR00032	Pearson Correlation	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	37
VAR00033	Pearson Correlation	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	37
VAR00034	Pearson Correlation	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	37
VAR00035	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	37
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	37