

ABSTRAK

Kreativitas merupakan faktor utama yang sangat penting untuk kemajuan dan kesuksesan sebuah usaha. Data BPS kota Bandung menunjukkan bahwa jumlah unit usaha industri, terutama industri kecil non formal, mengalami penurunan yang sangat signifikan sejak tahun 2010. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kreativitas dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah motivasi intrinsik dan *creative self efficacy*. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh motivasi intrinsik terhadap kreativitas jika dimediasi oleh *creative self efficacy*. *Sample* dalam penelitian ini adalah wirausahawan UKM di kota Bandung yang dibina oleh *Bandung Creative City Forum (BCCF)* yang berjumlah 135 wirausahawan. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM dengan bantuan software Lisrel 8.70. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi intrinsik berpengaruh positif dan lebih kuat terhadap *creative self efficacy* ($\beta=0,80$) daripada terhadap kreativitas ($\beta=0,26$). Sedangkan *creative self efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap kreativitas sebesar 0,64 ($\beta=0,64$). Dengan demikian, motivasi intrinsik berpengaruh lebih kuat terhadap kreativitas jika dimediasi oleh *creative self efficacy* ($\beta=0,52$) dibandingkan pengaruh langsung motivasi intrinsik terhadap kreativitas ($\beta=0,26$). Selanjutnya hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa mayoritas wirausahawan yang dibina oleh BCCF memiliki derajat motivasi intrinsik, *creative self efficacy* dan kreativitas yang masih tergolong sedang.

Kata kunci: kreativitas, motivasi intrinsik, *creative self efficacy*

ABSTRACT

Creativity is a main predictor for the growth and sustainability of the business. The data of BPS kota Bandung showed that since 2010 UKM in Bandung has declined significantly. Some former researchs showed that creativity is influenced by intrinsic motivation and creative self efficacy. The purpose of this research was to analyze the indirect effect of intrinsic motivation on creativity if that effect was mediated by creative self efficacy. The sample used in this research was a group of entrepreneur developed by Bandung Creative City Forum (BCCF). The statistical analysis used in this research was SEM with Lisrel 8.70. The outcomes of this research showed that intrinsic motivation had positive and stronger effect on creative self efficacy ($\beta=0,80$) than on creativity ($\beta=0,26$), meanwhile creative self efficacy had positive effect on creativity ($\beta=0,64$). The conclusion of this findings is that intrinsic motivation had stronger effect on creativity if that effect was mediated by creative self efficacy than the direct effect of intrinsic motivation on creativity. Meanwhile the majority of sample had moderate degree in intrinsic motivation, creative self efficacy and creativity.

Keywords: creativity, intrinsic motivation, creative self efficacy

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK..... | i |
| ABSTRACT..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah..... | 14 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 16 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 17 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 17 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 17 |
| 1.4.3 Manfaat bagi Peneliti..... | 17 |
| | |
| BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN..... | 18 |
| 2.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)..... | 18 |
| 2.2 Pengertian Motivasi..... | 18 |
| 2.2.1 Pendekatan Teori Motivasi..... | 19 |
| 2.2.1.1 Pendekatan Kognisi..... | 19 |
| 2.2.2 Motivasi Intrinsik..... | 20 |

| | |
|---|----|
| 2.2.2.1 Definisi Motivasi Intrinsik..... | 20 |
| 2.2.2.2 Pandangan Awal Motivasi Intrinsik..... | 21 |
| 2.2.2.3 Memfasilitasi atau Membatasi Motivasi Intrinsik..... | 24 |
| 2.2.2.4 Pemahaman Kontemporer Tentang Motivasi Intrinsik..... | 26 |
| 2.2.2.5 Hubungan antara Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik..... | 33 |
| 2.2.2.6 Sinergi Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik..... | 33 |
| 2.2.2.7 Elemen-elemen Motivasi Intrinsik..... | 36 |
| 2.3 Pandangan Awal Mengenai <i>Self Efficacy Beliefs</i> | 37 |
| 2.3.1 Prinsip-prinsip Dasar Mengenai <i>Self Efficacy Beliefs</i> | 39 |
| 2.3.1.1 <i>The Nature of Human Agency</i> | 39 |
| 2.3.1.2 <i>Human Agency in Triadic Reciprocal Causation</i> | 40 |
| 2.3.1.3 <i>Structure of Self-Efficacy scales</i> | 42 |
| 2.3.2 Sumber-sumber <i>self efficacy</i> | 43 |
| 2.3.2.1 <i>Mastery Experience</i> | 43 |
| 2.3.2.1.1 Kesukaran tugas dan faktor lingkungan dalam diagnosis informasi kinerja..... | 45 |
| 2.3.2.2 <i>Vicarious Experience</i> | 47 |
| 2.3.2.2.1 Proses Yang Mengatur Pengaruh dari <i>Modeling</i> terhadap <i>Self Efficacy</i> | 49 |
| 2.3.2.2.2 <i>Modes of Modeling Influence</i> | 51 |
| 2.3.2.3 <i>Verbal Persuasion</i> | 53 |
| 2.3.2.3.1 Kerangka dari Umpan Balik Kinerja..... | 54 |
| 2.3.2.3.2 <i>Knowledgeableness and Credibility</i> | 56 |

| | |
|---|----|
| 2.3.2.4 <i>Physiological and Affective States</i> | 57 |
| 2.3.3 Efek dari <i>Self Efficacy</i> terhadap Fungsionalitas Manusia..... | 59 |
| 2.3.3.1 <i>Self Efficacy</i> dan proses kognitif..... | 59 |
| 2.3.3.2 <i>Self Efficacy</i> dan Proses Motivasi..... | 60 |
| 2.3.3.3 <i>Self Efficacy</i> dan Proses Afektif..... | 61 |
| 2.3.3.4 <i>Self Efficacy</i> dan Proses Seleksi..... | 62 |
| 2.3.4 <i>Creative self efficacy</i> | 62 |
| 2.4 Kreativitas..... | 66 |
| 2.4.1 Definisi dan Pemahaman Tentang Kreativitas..... | 66 |
| 2.4.2 Teori Komponen Kreativitas..... | 68 |
| 2.4.2.1 Keahlian..... | 68 |
| 2.4.2.2 Berpikir Kreatif..... | 69 |
| 2.4.2.3 Motivasi Tugas Yang Bersifat Intrinsik..... | 70 |
| 2.4.3 Dimensi-dimensi kreativitas..... | 71 |
| 2.4.4 Karakteristik Individu Kreatif..... | 72 |
| 2.4.5 Kerangka Analistis dari Kewirausahaan, Kreativitas dan Organisasi (ECO)..... | 74 |
| 2.5 Pengertian Wirausaha..... | 76 |
| BAB III RERANGKA PEMIKIRAN, MODEL DAN HIPOTESIS | |
| PENELITIAN..... | 79 |
| 3.1 Pengaruh motivasi intrinsik terhadap <i>creative self efficacy</i> | 79 |
| 3.2 Pengaruh <i>creative self efficacy</i> terhadap kreativitas..... | 82 |

| | |
|--|-----|
| 3.3 Pengaruh motivasi intrinsik terhadap kreativitas..... | 88 |
| 3.4 Hipotesis Penelitian..... | 91 |
| | |
| BAB IV METODE PENELITIAN..... | 92 |
| 4.1 Jenis dan tujuan Penelitian..... | 92 |
| 4.2 Populasi dan teknik <i>sampling</i> | 92 |
| 4.3 Metode pengumpulan data..... | 93 |
| 4.4 Variabel Penelitian dan operasionalisasi variabel..... | 94 |
| 4.4.1 Variabel independen..... | 94 |
| 4.4.2 Variabel <i>intervening</i> | 95 |
| 4.4.3 Variabel dependen..... | 95 |
| 4.4.4 Operasionalisasi Variabel..... | 96 |
| 4.5 Teknik Analisis Data..... | 100 |
| 4.5.1 Analisis Statistik SEM..... | 100 |
| 4.5.1.1 Langkah-langkah di pemodelan persamaan struktural..... | 101 |
| 4.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 106 |
| 4.5.3 Uji <i>Fit</i> Model..... | 107 |
| 4.5.3.1 <i>Fit absolute measures</i> | 108 |
| 4.5.3.2 <i>Incremental Fit measures</i> | 110 |
| 4.5.3.3 <i>Parsimonious fit measures</i> | 111 |
| 4.6 Uji Hipotesis..... | 113 |
| | |
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 115 |

| | |
|--|-----|
| 5.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 115 |
| 5.1.1 Validitas dan Reliabilitas Variabel Motivasi Intrinsik..... | 115 |
| 5.1.2 Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Creative self efficacy</i> | 116 |
| 5.1.3 Validitas dan Reliabilitas Variabel Kreativitas..... | 117 |
| 5.1.4 Hasil Uji <i>Goodness of Fit model</i> | 118 |
| 5.1.5 Statistik Deskriptif..... | 122 |
| 5.1.5.1 Kategorisasi Variabel..... | 122 |
| 5.1.6 Hasil Uji Hipotesis..... | 124 |
| 5.2 Pembahasan..... | 131 |
| 5.2.1 Derajat Motivasi Intrinsik..... | 131 |
| 5.2.2 Derajat <i>Creative Self Efficacy</i> | 131 |
| 5.2.3 Derajat Kreativitas..... | 131 |
| 5.2.4 Pengaruh Motivasi Intrinsik terhadap <i>Creative Self Efficacy</i> | 132 |
| 5.2.5 Pengaruh <i>Creative Self Efficacy</i> terhadap Kreativitas..... | 134 |
| 5.2.6 Pengaruh Langsung Motivasi Intrinsik terhadap Kreativitas..... | 137 |
| 5.2.7 Pengaruh Tidak Langsung Motivasi Intrinsik terhadap Kreativitas yang dimediasi oleh <i>Creative Self Efficacy</i> | 138 |
| 5.3 Implikasi Manajerial..... | 143 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN..... | 145 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 145 |
| 6.2 Saran..... | 146 |
| 6.2.1 Saran Praktis..... | 146 |

| | |
|--------------------------------|------------|
| 6.2.2 Saran Teoritis..... | 148 |
| Daftar Kepustakaan..... | 151 |
| Lampiran | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 1.1 Jumlah Pengusaha Kecil dan Menengah di Kota Bandung..... | 4 |
| Tabel 1.2 Jumlah Unit Usaha Industri di Kota Bandung..... | 5 |
| Tabel 1.3 NTB Industri Pengolahan Kota Bandung Periode 2009-2013..... | 7 |
| Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel..... | 96 |
| Tabel 4.2 Metode Pengukuran <i>Absolute Fit</i> | 110 |
| Tabel 4.3 Metode Pengukuran <i>Incremental Fit</i> | 111 |
| Tabel 4.4 Metode Pengukuran <i>Parsimonious Fit</i> | 113 |
| Tabel 5.1 Hasil Validitas Variabel Motivasi Intrinsik..... | 115 |
| Tabel 5.2 Hasil Validitas Variabel <i>Creative self efficacy</i> | 116 |
| Tabel 5.3 Hasil Validitas Variabel Kreativitas..... | 117 |
| Tabel 5.4 Statistik Deskriptif | 123 |
| Tabel 5.5 Tabel Kategorisasi..... | 123 |
| Tabel 5.6 Hasil Kategorisasi..... | 124 |
| Tabel 5.7 Persamaan Struktural..... | 126 |
| Tabel 5.8 Koefisien Jalur (Pengaruh Langsung)..... | 127 |
| Tabel 5.9 Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung..... | 129 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 2.1 Kerangka Kerja Analitis CEO..... | 74 |
| Gambar 3.1 Model Rerangka Berpikir..... | 91 |
| Gambar 4.1 Model Diagram Jalur..... | 103 |
| Gambar 5.1 Koefisien Jalur Model Struktural..... | 124 |
| Gambar 5.2 Nilai t Statistik Model Struktural..... | 125 |