

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Mayoritas wirausahawan yang dibina oleh BCCF memiliki derajat motivasi intrinsik yang tergolong sedang. Sedangkan sisanya sama-sama memiliki derajat yang tergolong rendah dan tinggi.
- 2) Pada *creative self efficacy* mayoritas wirausahawan yang dibina oleh BCCF memiliki derajat yang tergolong sedang. Kemudian disusul oleh responden yang memiliki derajat yang tergolong rendah dan terakhir sisanya merupakan responden yang memiliki derajat tinggi. Artinya bahwa mayoritas *creative self efficacy* responden tergolong rendah cenderung sedang
- 3) Mayoritas derajat kreativitas wirausahawan yang dibina oleh BCCF tergolong sedang, kemudian disusul oleh responden yang memiliki derajat kreativitas tergolong rendah dan terakhir sisanya merupakan responden yang memiliki derajat kreativitas tergolong tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas responden masih tergolong rendah cenderung sedang.
- 4) Motivasi intrinsik berpengaruh lebih kuat terhadap *creative self efficacy* ($\beta=0,80$) jika dibandingkan dengan pengaruh motivasi intrinsik terhadap kreativitas ($\beta=0,26$).

- 5) *Creative self efficacy* memiliki pengaruh lebih kuat terhadap kreativitas ($\beta=0,64$) jika dibandingkan dengan pengaruh langsung motivasi intrinsik terhadap kreativitas ($\beta=0,26$).
- 6) Motivasi intrinsik berpengaruh paling lemah terhadap kreativitas ($\beta=0,26$) jika dibandingkan dengan pengaruh motivasi intrinsik terhadap *creative self efficacy* ($\beta=0,80$) dan pengaruh *creative self efficacy* terhadap kreativitas ($0,64$).
- 7) Pengaruh motivasi intrinsik terhadap kreativitas lebih kuat jika dimediasi oleh *creative self efficacy* ($\beta=0,52$). Sebaliknya, jika *creative self efficacy* dihilangkan maka pengaruh langsung motivasi intrinsik terhadap kreativitas lebih lemah ($\beta=0,26$).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa motivasi intrinsik dan *creative self efficacy* merupakan variabel yang sangat penting dalam menentukan kreativitas wirausahawan karena pengaruh motivasi intrinsik lebih kuat jika dimediasi oleh *creative self efficacy*. Selain itu nilai R^2 pengaruh motivasi intrinsik dan *creative self efficacy* secara simultan sebesar 75% yang artinya bahwa kreativitas dapat dijelaskan sebesar 75 % oleh motivasi intrinsik dan *creative self efficacy*.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Praktis

Dalam rangka meningkatkan *creative self efficacy* terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan, yaitu:

- 1) Para wirausahawan diberikan pelatihan kreativitas yang tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan wirausahawan. Pelatihan kreativitas tersebut dapat berupa pengetahuan mengenai cara membuat suatu produk yang lebih kreatif atau informasi mengenai pemasaran kreatif. Dengan memiliki informasi yang cukup dan tepat, maka para wirausahawan akan lebih berani bertindak.
- 2) Perlunya diadakan pertemuan-pertemuan untuk wirausahawan UKM kota Bandung dengan tujuan saling tukar pendapat mengenai masalah-masalah bisnis yang dihadapi. Kemudian dihadirkan juga narasumber yang telah berpengalaman dan berhasil dengan tujuan untuk memberikan solusi-solusi yang bermanfaat. Selain itu, pertemuan yang diadakan juga bertujuan agar para wirausahawan lebih yakin diri bahwa jika orang lain maka dirinyapun pasti juga bisa.

Dalam upaya meningkatkan motivasi intrinsik, maka terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan:

- 1) BCCF sebagai fasilitator perlu untuk melihat kembali mengenai minat dari para wirausahawan terhadap usaha yang dilakukan. Tujuannya agar mereka benar-benar memilih bidang usaha yang sesuai dengan minat mereka. Dengan demikian diharapkan bahwa kesesuaian antara minat dengan bidang usaha akan memungkinkan wirausahawan memiliki daya tahan dan daya juang yang lebih tinggi dalam menghadapi berbagai hambatan.

- 2) Para wirausahawan sebaiknya diberikan pengetahuan mengenai berbagai bidang usaha lainnya yang memungkinkan untuk dijalankan. Kemudian mereka diberikan kesempatan untuk memilih bidang usaha yang sesuai dengan minat dan kemampuan mereka. Hal ini bertujuan agar para wirausahawan lebih mampu bertindak secara mandiri nantinya dalam mengatasi berbagai hambatan dan tantangan ke depannya nanti. Sehingga mereka lebih mampu bertahan dalam menghadapi berbagai hambatan dan tantangan.
- 3) BCCF sebaiknya bekerja sama dengan Pemkot melakukan investasi untuk perkembangan wirausahawan terutama UKM di kota Bandung. Tujuannya agar para wirausahawan tersebut dapat melakukan eksplorasi untuk mengembangkan usahanya. Mereka tidak perlu lagi terlalu dibatasi dengan masalah permodalan sehingga mereka lebih mampu memunculkan kreativitas dalam bidang usahanya.

6.2.2 Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh motivasi intrinsik terhadap *creative self efficacy* sebesar 64%. Sedangkan sisanya 36% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Amabile (1997) mengatakan bahwa kreativitas dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu: motivasi intrinsik, keahlian dan berpikir kreatif.

Motivasi intrinsik membuat perbedaan apa yang seseorang dapat dan apa yang seseorang ingin lakukan karena motivasi intrinsik menentukan sejauh mana

seseorang akan melibatkan keahlian dan keterampilan berpikir kreatifnya dalam performa kreatif/kreativitas. Sampai batas tertentu, derajat yang tinggi dari motivasi intrinsik dapat menutupi kekurangan dari keahlian atau keterampilan berpikir kreatif (Amabile, 1997).

Namun hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa motivasi intrinsik mampu menjelaskan *creative self efficacy* sebesar 64%. Oleh karena itu disarankan bahwa untuk penelitian selanjutnya, keahlian dan berpikir kreatif diikutsertakan dalam model penelitian sehingga dapat diketahui apakah 36% sisanya merupakan komponen kreativitas lainnya. Perlu diingat bahwa *creative self efficacy* perlu untuk tetap dimasukkan dalam penelitian selanjutnya sebagai variabel mediasi karena terbukti bahwa *creative self efficacy* memperkuat pengaruh motivasi intrinsik terhadap kreativitas.

Penelitian Zhang dan Bartol (2010) menemukan bahwa pengaruh tidak langsung motivasi intrinsik terhadap kreativitas lebih kuat jika dimediasi oleh *creative process engagement*. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa koefisien jalur pengaruh motivasi intrinsik ke *creative process engagement* sebesar 0,71. Namun hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa koefisien jalur pengaruh motivasi intrinsik terhadap *creative self efficacy* sebesar 0,80. Oleh karena itu disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk meneliti pengaruh motivasi intrinsik terhadap kreativitas dengan dimediasi oleh *creative self efficacy* dan *creative process engagement*.

Hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa pada variabel *creative self efficacy*, ternyata tidak semua dimensi dari *creative self efficacy* muncul. Pada

penelitian ini hanya dua saja, yaitu *idea generation* dan fokus, dari tiga dimensi yang seharusnya muncul. Hal ini dapat terjadi karena dimensi ini memang tidak relevan dalam menggambarkan mengenai *creative self efficacy* dari para wirausahawan yang digunakan sebagai subjek penelitian.

Pada penelitian diketahui bahwa dimensi *uncertainty*, yaitu penilaian diri individu mengenai *creative self efficacy* saat berada pada situasi yang tidak pasti atau ambigu, memiliki nilai validitas kurang dari 0,40. Hal ini bisa saja disebabkan oleh keterbatasan subjek penelitian ini yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Oleh karena itu sebagai saran untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya tetap menggunakan alat ukur *creative self efficacy* ini tetapi jumlah subjek penelitian ditambah menjadi 200 responden jika menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM) (Hair et al., 1998:605).