

Memahami Arti Kreativitas

Maria Francisca Lies Ambarwati, Dosen STARKI



Pendahuluan

Sejak lama para ahli dan praktisi manajemen menyatakan kreativitas merupakan salah satu hal yang sangat dibutuhkan oleh setiap institusi. Sementara itu, bagi masyarakat umum kreativitas dianggap penting untuk mempertahankan status ekonomi seseorang. Dengan kata lain, kreativitas digunakan sebagai kunci untuk mencapai standar hidup yang lebih baik. Pandangan-pandangan tersebut menjadikan kreativitas sebagai salah satu fokus dalam pendidikan dan dalam dunia kerja. Dalam dunia kerja, kreativitas antara lain dibutuhkan agar sebuah perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang senantiasa berubah seiring perkembangan teknologi dan zaman. Pekerja yang memiliki kreativitas tinggi

akan sangat dibutuhkan karena dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan. National Center on Education and the Economy (NCEE), sebuah organisasi yang bergerak di bidang pembangunan pendidikan dan perekonomian berpusat di Washington DC menyatakan bahwa “menjadi kreatif berarti mampu berubah seiring waktu, fleksibel, inovatif, dan menghasilkan cara yang lebih baik untuk memproduksi dan memasarkan produk dan layanan” (NCEE, 2007). Pernyataan NCEE tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat global membutuhkan kreativitas sebagai upaya untuk tetap bertahan menghadapi perubahan zaman. Menurut Cropley dan Cropley (2000), banyak perusahaan telah menemukan kembali nilai kreativitas karena biaya suatu produk ditentukan oleh desainnya dan fakta menunjukkan bahwa desain kreatif dapat menjadi sarana untuk penghematan biaya.

Pengertian dan Ladang Subur Kreativitas

Kreativitas memiliki beberapa definisi dan pengertian yang berkembang sesuai perkembangan zaman dan IPTEK. Menurut Oxford dictionary kreativitas didefinisikan sebagai penggunaan imajinasi atau ide-ide orisinal, terutama dalam menghasilkan suatu karya seni. Sedangkan Cambridge dictionary mendefinisikannya sebagai kemampuan untuk menghasilkan atau

menggunakan ide-ide orisinal dan tidak biasa. Beberapa peneliti memberikan definisi kreativitas sebagai respons yang berguna dan efektif terhadap perubahan evolusioner dan respons terhadap inovasi dan sumber daya terus-menerus yang telah menjadi kebutuhan untuk kelangsungan hidup ekonomi. Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah seperangkat gagasan atau ide baru yang berguna. Setiap institusi, termasuk perguruan tinggi, sekolah, dan lembaga-lembaga lainnya perlu mengembangkan produk baru dan berguna untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Selain itu prosedur dan proses organisasi berkembang dari waktu ke waktu, serta perbaikan terus-menerus dalam proses berkontribusi pada efisiensi organisasi. Dengan demikian, pengembangan ide-ide baru yang berguna untuk menambah keunggulan produk, prosedur, dan layanan sangat diharapkan dari para karyawan, ilmuwan dan para pelajar yang tengah menuntut ilmu. Dengan kata lain, kreativitas perlu diasah dan dikembangkan.

Kreativitas muncul dalam berbagai bentuk yang berbeda, misalnya solusi yang tidak konvensional untuk berbagai macam masalah yang berkaitan dengan penelitian, pengajaran, dan administrasi. Kreativitas tidak hanya dihasilkan oleh individu yang memiliki keahlian atau pendidikan formal tinggi serta menghasilkan karya luar biasa seperti pemenang Hadiah Nobel. Kreativitas sering dinyatakan dimiliki oleh para pakar bidang tertentu halnya seperti seniman yang hasil karyanya memiliki kebaruan dan orisinalitas tersendiri. Pada kenyataannya, kreativitas juga dapat dihasilkan oleh individu dengan kemampuan penguasaan ilmu atau keahlian rata-rata yang berkarya di berbagai

jenis pekerjaan. Kreativitas dapat dihasilkan oleh individu yang secara teratur terlibat dalam pekerjaan kreatif seperti menghasilkan solusi atau desain baru yang bermanfaat. Seorang sekretaris atau staf administrasi menunjukkan kreativitasnya antara lain dengan menemukan cara baru dalam mengelola dokumen agar tersimpan rapi dan lebih mudah ditemukan.

Tumbuhnya kreativitas tidak terbatas pada beberapa jenis pekerjaan tertentu sebagaimana yang telah disebutkan. Kreativitas juga dapat tumbuh subur dalam bidang pemasaran. Seorang praktisi pemasaran melakukan evaluasi atas kegiatan pemasaran sebelumnya lalu mengembangkan cara-cara dan gagasan baru dalam mempromosikan produk agar dapat memperoleh pelanggan baru. Cara baru tersebut merupakan kreativitas yang dihasilkan dari menggabungkan pengalaman dengan pemikiran agar dapat menghasilkan sesuatu yang lebih baik. Dalam pekerjaan lain, kreativitas tumbuh meskipun tidak terkait dengan tugas atau fungsi utama dari pekerjaan tersebut. Seorang perawat menemukan bahwa penjadwalan kerja perlu ditingkatkan agar dapat melayani pasien dengan lebih baik. Meskipun terlihat sederhana, namun hasil kreativitas melakukan perubahan dalam penjadwalan dapat meningkatkan efektivitas pelaksanaan tugas perawat.

Dalam bidang penelitian tumbuhnya kreativitas tergantung dari cara peneliti memandang suatu masalah penelitian. Beberapa jenis kreativitas bergantung pada individu yang pertama kali menemukan masalah untuk dikerjakan, dan mendefinisikannya terlebih dahulu. Perbedaan ini juga penting dalam kreativitas ilmiah: apakah proyek penelitian menanggapi

panggilan untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang topik tertentu, atau apakah itu bertujuan untuk menemukan pendekatan yang sama sekali baru terhadap suatu topik? Berapa banyak otonomi yang ada untuk memutuskan topik apa yang akan dipelajari? Meskipun perbedaan ini penting, sejauh ini hanya sedikit penelitian yang secara khusus meneliti proses yang mengarah pada kreativitas dalam masalah terbuka versus masalah tertutup.

Beberapa hasil penelitian mengemukakan kreativitas dapat dianggap sebagai proses yang terdiri dari langkah-langkah yang berbeda: pertama, masalah perlu dikenali atau disajikan untuk dipecahkan. Pada langkah kedua, fase persiapan, informasi tentang ruang masalah dikumpulkan dari sumber eksternal (bahan tertulis, kolega, teman) atau diingat dari ingatan. Pada langkah ketiga, fase generasi ide, beberapa solusi untuk masalah yang dihasilkan. Solusi potensial ini kemudian dievaluasi pada langkah keempat, yaitu menentukan solusi mana yang paling baik memecahkan masalah dan memenuhi semua persyaratan yang ada. Agar efektif, solusi perlu diimplementasikan pada langkah kelima dan terakhir. Individu yang termotivasi dianggap terlibat dalam proses penemuan masalah lebih sering dan mengerahkan lebih banyak upaya dalam fase generasi ide. Inilah sebabnya mengapa penelitian dalam kreativitas organisasi sering berfokus pada faktor-faktor yang memotivasi. Selain itu, individu yang memiliki pengetahuan yang baik tentang bidangnya dianggap lebih baik dalam mengidentifikasi informasi yang relevan dan dalam menilai solusi apa yang paling sesuai. Keterampilan yang relevan dengan kreativitas akan memberikan masukan yang diperlukan untuk menghasilkan solusi terhadap masalah.

Kreativitas dalam Desain Pekerjaan

Kreativitas dan inovasi karyawan telah diakui sebagai hasil kinerja yang penting karena memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan yang berubah dan sebagai salah satu upaya untuk memanfaatkan peluang. Kreativitas terbentuk karena kemampuan individu menggabungkan pengalaman dengan pengetahuan yang dimiliki individu tersebut. Lingkungan kerja berperan dalam penciptaan kreativitas di tempat kerja. Konflik yang terjadi di tempat kerja dapat menghambat namun juga dapat meningkatkan kreativitas karyawan. Dari perspektif psikologi kesehatan kerja yang positif dinyatakan bahwa mempelajari cara meningkatkan kreativitas dan inovasi karyawan perlu dilakukan oleh setiap pengelola organisasi. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah agar karyawan dapat secara optimal mengembangkan potensi diri agar pekerjaan dapat terlaksana dengan baik dan berhasil baik serta menguntungkan bagi perusahaan dan lingkungannya.

Persyaratan kreativitas tinggi dalam pekerjaan dicirikan oleh tingkat otonomi yang tinggi, tuntutan yang tinggi, dan tingkat kerumitan yang tinggi. Otonomi mengacu pada kebebasan individu dalam cara melaksanakan pekerjaannya disebut sebagai kontrol pekerjaan. Tuntutan mengacu pada standar tinggi dan persyaratan untuk bekerja keras. Pada umumnya organisasi atau institusi yang menuntut kreativitas yang tinggi merupakan organisasi atau institusi yang telah berstandar internasional atau telah memiliki sertifikat ISO sehingga memiliki kompleksitas pekerjaan yang sangat tinggi.

Kompleksitas pekerjaan mengacu pada jumlah elemen yang perlu diperhatikan dalam melakukan pekerjaan. Tingkat kompleksitas pekerjaan yang tinggi menyiratkan bahwa terdapat variasi yang tinggi dalam tugas-tugas pekerjaan inti dan bahwa berbagai kompetensi baik berupa sikap, keterampilan maupun pengetahuan diperlukan untuk melakukan pekerjaan tersebut. Pada praktiknya, institusi yang memiliki tuntutan yang tinggi tersebut memberikan standar remunerasi dan kesejahteraan yang tinggi bagi para karyawannya. Standar kompensasi imbal jasa menyesuaikan dengan beban kerja dan tuntutan yang diberikan serta sesuai dengan jenis dan bidang usaha masing-masing institusi.

Budaya dan Iklim Organisasi

Terdapat banyak pendekatan berbeda untuk mempelajari budaya dan iklim organisasi. Pengelompokan yang berguna dari pendekatan yang berbeda menggambarkan dua aspek berbeda dari iklim/budaya organisasi yang dapat digunakan untuk mengatur temuan penelitian: aspek afektif dan aspek kognitif. Aspek afektif mencakup persepsi karyawan bahwa ada hubungan sosial yang positif dalam organisasi, dan bahwa individu, termasuk supervisor, peduli satu sama lain dan memperlakukan satu sama lain dengan hormat. Aspek ini mirip dengan dukungan yang dirasakan dari supervisor dan rekan kerja, tetapi menargetkan hubungan di seluruh organisasi. Aspek kognitif meliputi persepsi bahwa pembelajaran dan perbaikan itu penting, bahwa perubahan diterima dan inovasi didukung. Selanjutnya, individu merasa bahwa tidak apa-apa untuk membuat keputusan yang mandiri dan otonom,

dan organisasi menggunakan pengakuan dan penghargaan formal berdasarkan kemampuan dan usaha. Aspek instrumental meliputi persepsi bahwa struktur dan hierarki penting dalam organisasi, bahwa imbalan ekstrinsik dari gaji digunakan, dan bahwa ada tingkat tuntutan dan tantangan yang tinggi. Meskipun ada bukti yang jelas untuk aspek instrumental, aspek afektif dan kognitif terkait dengan tingkat kreativitas karyawan yang lebih tinggi. Selanjutnya, ada kemiripan yang kuat dengan penelitian tentang desain pekerjaan dan dukungan sosial. Dengan demikian, tampaknya mekanisme yang mendasarinya serupa: dalam sebuah organisasi yang dicirikan oleh iklim afektif, karyawan akan saling percaya dan berbagi ide secara terbuka tanpa takut konsekuensi negatif akan mengikuti. Selanjutnya, dalam organisasi yang ditandai dengan iklim kognitif, karyawan akan melihat kebutuhan yang tinggi untuk mengembangkan ide-ide baru dan berguna sebagai persyaratan kreatif.

Hal yang penting untuk dicatat adalah bahwa kedua aspek iklim dapat hidup berdampingan sehingga organisasi dapat dicirikan oleh tingkat tinggi kedua aspek pada saat yang bersamaan. Kreativitas tidak hanya merupakan konsekuensi yang mungkin terjadi, tetapi karyawan juga lebih puas dan lebih berkomitmen pada organisasi mereka. Hasil penelitian tentang dampak iklim afektif dan kognitif menunjukkan bahwa individu dapat lebih kreatif ketika mengalami pengaruh positif sehingga merasa antusias, gembira, dan termotivasi. Penelitian tentang pemberian pengaruh positif terhadap 400 karyawan di tempat kerja pada beberapa perusahaan. Para peneliti mengobservasi dampak pengaruh positif antara

lain seperti dalam hubungan personal antar karyawan, suasana kerja yang kondusif, pemberian pujian, dan komunikasi yang baik antar karyawan selama mereka melaksanakan pekerjaan. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan kreativitas yang signifikan dibandingkan dengan jika tidak ada hal-hal positif yang mempengaruhi. Namun hal ini bukan berarti bahwa di tempat kerja atau di sekolah tidak dimungkinkan adanya konflik.

Peran Konflik di Tempat Kerja

Konflik merupakan bagian integral dari kehidupan organisasi dan dapat ditemukan di sebagian besar pekerjaan. Organisasi yang ingin unggul dan berkembang tidak hanya mencari cara untuk menghilangkan konflik. Sebaliknya, mereka mencoba memanfaatkan konflik sebaik mungkin dan menggunakan potensinya untuk pembelajaran dan perbaikan. Baik praktisi dan cendekiawan menyarankan bahwa ketika konflik tidak bersifat pribadi tetapi menyangkut pekerjaan atau tugas yang ada (yaitu, konflik tugas), itu bisa menjadi kekuatan kreatif untuk perubahan. Konflik tugas didefinisikan sebagai bentuk ketidaksepakatan di antara anggota kelompok tentang isi tugas pekerjaan mereka, sementara konflik hubungan menyangkut ketidakcocokan antarpribadi di antara anggota kelompok (misalnya: ketegangan atau gangguan dalam berkomunikasi karena masalah pribadi, merasa tersinggung karena sikap dan perilaku seseorang, dan lain-lain). Di sisi lain, konflik dalam hubungan pribadi tidak memiliki potensi untuk mendorong proses kreatif, sedangkan konflik tugas telah ditemukan sebagai situasi yang meningkatkan perilaku kreatif karyawan. Dengan mengilustrasikan kepada setiap anggota kelompok

bahwa ada cara yang berbeda untuk tujuan yang sama, konflik dalam tugas menekankan perspektif kognitif alternatif dan meningkatkan pemikiran dan kreativitas yang berbeda. Perbedaan dalam menyikapi suatu tugas yang dikerjakan bersama dalam kelompok dapat memberikan warna baru dalam penyelesaian tugas. Dengan demikian kreativitas yang ditimbulkan karena perbedaan cara pandang dapat menghasilkan kinerja yang baik karena dihasilkan dari pemikiran beberapa orang yang saling melengkapi.

Para praktisi di bidang manajemen mengemukakan bahwa konflik di tempat kerja tetap dibutuhkan. Konflik yang terjadi dalam tugas tidak boleh dihindari karena ketika karyawan menangani konflik yang terjadi dengan cara yang konstruktif, hal tersebut dapat menjadi kekuatan dan memunculkan perubahan yang kreatif. Selain itu, konflik memungkinkan karyawan untuk meningkatkan sumber daya pekerjaan mereka sehingga menjadi lebih kreatif. Kondisi ini mendorong peningkatan sumber daya pekerjaan ketika karyawan menghadapi konflik tugas.

Kreativitas di Era Digital

Berdasarkan pengamatan NCEE dalam beberapa dekade ini dunia telah menjadi pasar global. Setiap institusi mengharapkan bahkan menuntut agar karyawan memiliki kreativitas tinggi sehingga organisasi tersebut dapat bersaing dengan organisasi lain. Persaingan di era global semakin ketat dengan hadirnya kompetitor dari negara lain. Salah satu alasan mengapa suatu institusi bersedia menggaji karyawan dua kali lipat lebih banyak adalah selain karena kompetensi dan keterampilannya, karyawan tersebut juga memiliki kreativitas

dan inovasi yang dapat memberi dampak signifikan bagi organisasi.

Era peningkatan digitalisasi menantang setiap institusi untuk dapat berhasil menghadapi perubahan sesuai konteks pasar global. Digitalisasi dalam setiap industri telah menantang asumsi dan cara-cara tradisional setiap institusi terutama tentang bagaimana mereka mengelola manajemen internal dan menyusun strategi untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Di antara tantangan utama tersebut adalah tentang bagaimana setiap institusi menyusun pekerjaan karyawan mereka untuk mendapatkan hasil yang paling inovatif dan kreatif di era digital ini. Jika mengacu pada hasil pengamatan Oxford Martin School, para ahli mencatat bahwa masa depan organisasi akan sangat bergantung pada kreativitas karyawan dalam menyikapi era digital. Oxford Martin School menyatakan bahwa 57% pekerjaan di negara-negara yang tergabung dalam Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (OECD) akan hilang karena otomatisasi dalam 20 tahun ke depan, antara lain sebesar 69% di India dan 77% di Cina.

Fakta bahwa teknologi telah menggeser peran manusia membuat para ilmuwan melakukan banyak penelitian untuk mencari solusi bagi permasalahan yang timbul akibat pesatnya perkembangan teknologi, khususnya teknologi digital. Banyak artikel ilmiah yang membahas tentang pentingnya tenaga kerja masa depan harus dilengkapi dengan keterampilan dan pola pikir digital, namun sedikit artikel yang membahas perlunya keterampilan dan kompetensi manusia yang juga penting untuk keberhasilan organisasi masa depan di era digital, yaitu 'kreativitas'. Sebagai sarana bagi individu

untuk menghasilkan ide, produk, dan proses yang baru dan berguna, kreativitas diperlukan untuk memahami dan menghasilkan metode kerja baru yang dimungkinkan dan diprakarsai oleh transisi digital.

Kreativitas memungkinkan setiap institusi dan para karyawan untuk menciptakan ide dan mengembangkan metode kerja baru yang dipandu oleh perkembangan teknologi digital. Setiap individu yang mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk menghasilkan metode dan praktik kerja baru akan memiliki nilai tambah yang dapat membuat mereka unggul dalam persaingan. Dalam konteks ini, tidak mengherankan jika para praktisi dan cendekiawan selain meningkatkan hal-hal positif di tempat kerja maupun di sekolah, mereka juga terus meningkatkan kemampuan dalam teknologi dan senantiasa mengikuti perkembangannya.

Penutup

Memahami kreativitas membutuhkan pengertian tentang perkembangan zaman dan IPTEK. Hal yang dianggap sebagai kreativitas di masa lalu dapat menjadi sesuatu yang biasa saja di masa kini, untuk itu setiap individu diharapkan untuk terus belajar dan menggali hal-hal yang baru agar dapat selaras dengan perkembangan. Namun kreativitas tidak akan berarti jika tidak disertai dengan upaya mewujudkannya sebagaimana yang dikemukakan oleh Thomas Alfa Edison yang mengatakan bahwa "Kreativitas terdiri dari 1% inspirasi dan 99% kerja keras". Dengan terus belajar dan berkarya meningkatkan kompetensi diri, kita akan dapat menjadi individu yang kreatif dan inovatif serta bermanfaat bagi diri dan lingkungan kita. /AR/ES/

Sumber Pustaka

- B.A. Hennessey and T.M. Amabile (2010) Creativity. *Annual Review of Psychology*, 61, pp. 569–598.
- Bakker, A.B., Rodríguez-Muñoz, A., & Derks, D. (2012). La emergencia de la Psicología de la Salud Ocupacional Positiva. *Psicothema*, 24(1), 66-72.
- Binnewies, C.; Wörlein, S.C. What makes a creative day? A diary study on the interplay between affect, job stressors, and job control. *J. Org. Behav.* **2011**, 32, 589–607.
- Carnevale, P. J. (2014). Creativity in the outcomes of conflict. In M. Deutsch, P. T. Coleman & E. C. Marcus (Eds.), *The handbook of conflict resolution: Theory and practice* (3rd ed., pp. 478– 489). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Craft, A. (2003). The limits to creativity in education: Dilemmas for the educator. *British Journal of Educational Studies*, 51(2), 113-127.
- Cropley, D. H. & Cropley, A. J. (2000) Fostering creativity in engineering undergraduates. *HighAbility Studies*, 11(2), 207-219.
- De Dreu, C. K. (2006). When too little or too much hurts: Evidence for a curvilinear relationship between task conflict and innovation in teams. *Journal of Management*, 32, 83–107. <https://doi.org/10.1177/0149206305277795>
- De Stobbeleir, K.E.; Ashford, S.J.; Buyens, D. Self-regulation of creativity at work: The role of feedback-seeking behavior in creative performance. *Acad. Manag. J.* **2011**, 54, 811–831.
- Luthans, F., Rubach, M. J., & Marsnik, P. (1995). Going beyond total quality: The characteristics, techniques, and measures of learning organizations. *The International Journal of Organizational Analysis*, 3, 24–44. <https://doi.org/10.1108/eb028822>
- Madjar, N.; Shalley, C.E. Multiple tasks' and multiple goals' effect on creativity: Forced incubation or just a distraction? *J. Manag.* **2008**, 34, 786–805.
- National Center on Education and the Economy. (2007). *Tough Choices or Tough Times*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Ohly, S., Sonnentag, S., Niessen, C., & Zapf, D. (2010). Diary studies in organizational research. *Journal of Personnel Psychology*, 9, 79–93. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000009>
- Random House Webster's Unabridged Dictionary (2nd ed.). (2001). New York, N.Y.: Random House, Inc.
- Runco, M. A. (2004). Creativity. *Annual Review of Psychology*, 55, 657-687.
- Seligman, M.E.P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14.
- Sosa, M.E. Where do creative interactions come from? The role of tie content and social networks. *Organ. Sci.* **2011**, 22, 1–21.
- Shalley, C.E., Zhou, J., & Oldham, G.R. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here? *Journal of Management*, 30, 933-958.
- Zhang, R., Gong, Y., & Zhou, M. (2017). Is task conflict toxic or conducive to team creativity? Moderating effects of workplace climate *Academy of Management Proceedings*, 1, <https://doi.org/10.5465/ambpp.2017.10914abstract>