

ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGEMBANGAN KREATIVITAS INDUSTRI KERAJINAN BATIK

Arfan Bakhtiar, Sriyanto, Amalia

Program Studi Teknik Industri
Universitas Diponegoro Semarang
Jl. Prof Sudarto, SH., Semarang

Abstrak

Industri kreatif merupakan salah satu industri yang saat ini menjadi strategi pembangunan industri di Indonesia. Industri batik merupakan salah satu industri kreatif yang termasuk dalam sektor kerajinan. Tujuan penelitian ini adalah mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kreativitas dan perbedaan faktor dominan pengembangan kreativitas di industri batik berskala kecil, menengah, dan besar, sehingga dari ketiga skala industri ini dapat dilakukan upaya-upaya pengembangan kreativitas. Penelitian dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan angket pada ketiga kelompok industri batik. Obyek penelitian adalah PT. Tri Ratna Batik (industri kecil), CV. Tobal Batik (industri menengah), dan PT. Batik Danar Hadi (industri besar). Variabel yang diteliti pada ketiga industri yaitu SDM kreatif, pekerjaan kreatif, konteks organisasi, lingkungan, dan inovasi produk. Berdasarkan data observasi dan penilaian angket yang telah valid dan teruji keandalannya, ketiga industri sama-sama kreatif, karena total nilai mean dan modus secara keseluruhan berada pada rentang 3.01 sampai 4. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kreativitas pada: (1) variabel SDM kreatif yaitu motivasi, bakat/minat, komunikasi, dan kompetensi; (2) variabel pekerjaan kreatif yaitu pekerjaan, kepemimpinan, dan kewirausahaan; (3) variabel konteks organisasi yaitu kinerja perusahaan, kebijakan, struktur dan budaya organisasi, serta sistem komunikasi; (4) variabel lingkungan yaitu pemberdayaan sumberdaya eksternal, teknologi, persaingan, dan peraturan pemerintah; (5) variabel inovasi produk yaitu desain, bahan, alat, dan pemanfaatan limbah batik. Secara keseluruhan, pada semua variabel terdapat faktor-faktor yang mendukung pengembangan kreativitas. Faktor dominan pada variabel SDM kreatif terletak pada komunikasi (IK, IB), dan motivasi (IB). Faktor dominan pada variabel pekerjaan kreatif adalah pekerjaan (IK) dan kepemimpinan (IM, IB). Faktor dominan variabel inovasi produk adalah desain (IK, IM, IB) dan juga alat (IM). Faktor dominan variabel konteks organisasi ketiga industri, sama, yaitu kebijakan. Faktor dominan variabel lingkungan adalah sama pada ketiga industri yaitu pemberdayaan sumber daya eksternal. Ketiga industri termasuk dalam kategori kreatif, meskipun faktor dominan pengembangan kreativitas pada ketiga industri, berbeda. Kreativitas masih perlu ditingkatkan, terutama pada faktor kritis. Pada industri kecil dan besar, faktor kritisnya adalah alat. Kedua industri harus mengembangkan kreativitas mereka agar dapat membuat inovasi alat sendiri, sehingga tidak memiliki ketergantungan terhadap pengrajin alat dan impor luar negeri. Faktor kritis di industri menengah yaitu teknologi, dimana industri ini sebaiknya membuka diri terhadap perkembangan zaman dan teknologi.

Kata kunci : industri kreatif, industri batik, faktor-faktor pengembangan kreativitas

Abstract

This research aims to identify the factors which influence the development of creativity and the differences of the dominant factors in the development of creativity in a small, medium, and large batik industry, so that from those kinds of industries can be practiced the efforts in the development of creativity. This research employed observational method, interview, and questioner on those kinds of batik industries. The subjects of this research were PT. Tri Ratna Batik as a small industry, CV. Tobal Batik as a medium industry, and PT. Batik Danar Hadi, as a large industry. The variables which are researched on those kinds of batik industries are the creative human resource, the creative work, the organizational context, the environment, and the product innovation. Based on the observational data and questioner that are valid and reliable, those kinds of batik industries are as creative as, because total mean value and modus is in the range 3.01 – 4. Overall, all of variables have supported factors in the development of creativity. The dominant factors on the creative human resource variable are communication (IK, IB) and motivation (IB). The dominant factors on the creative work variable are work (IK) and leadership (IM, IB). The dominant factors on the product innovation variable are design (IK, IM, and IB) and product (IM). The dominant factors on the organizational context variable for those kinds of industries are

same, policy. And the dominant factors on the environment variable for those kinds of industries are same, external resource development. Three kinds of industries include on creative category, in spite of the differences among the dominant factor of the development creativity in those kinds of industries. The creativity needs increasing, especially in critical factor. In the small and large industries, the critical factor is product. These kinds of industries have to develop their creativity thus can produce their own product innovation, so that they don't have a dependency with product maker and product import. The critical factor in medium industry is technology, where this industry should open itself in technology and era development.

Key words: creative industry, batik industry, factors in development of creativity.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri di Indonesia baik manufaktur maupun jasa terus meningkat dan berkembang, seiring dengan perkembangan industri di dunia. Salah satu strategi pembangunan ekonomi dan industri di Indonesia yaitu industri kreatif. Industri kreatif memiliki ketergantungan impor yang rendah, dan memiliki potensi ekspor, karena adanya keunggulan komparatif. Selain itu, di Indonesia juga telah memiliki beberapa kota yang di dalamnya berkembang industri kreatif yang cukup potensial, yaitu Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Solo, Pekalongan dan Bali.

Kerajinan batik merupakan salah satu sektor industri kreatif yang berpotensi dalam memberikan kontribusi dan solusi pada persoalan-persoalan lingkungan, sosial dan ekonomi bangsa. Industri ini banyak terdapat di berbagai kota dan kabupaten di pulau Jawa, di antaranya adalah kota Pekalongan dan Solo di Jawa Tengah. Pada umumnya sentra industri batik terdiri dari industri-industri berskala kecil dan menengah, akan tetapi, ada juga industri berskala besar. Di Pekalongan terdapat CV. Tobal Batik yang merupakan industri batik berskala menengah yang produknya dapat menembus pasar internasional dan lokal. Industri berskala kecil biasanya memiliki ketergantungan terhadap industri yang lebih besar, dalam pesanan dan pengembangan desain, seperti PT. Tri Ratna Batik Pekalongan. Contoh industri batik berskala besar adalah PT. Batik Dinar Hadi dengan wilayah pemasaran lokal, nasional maupun internasional.

Studi pendahuluan menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa permasalahan di sentra industri batik antara lain rendahnya kreativitas, baik dari segi desain, efisiensi dan kualitas. Agar dapat menjadi industri kreatif dalam arti yang sesungguhnya, industri batik dituntut untuk dapat selalu menghadirkan produk-produk baru dan inovasi-inovasi baru,

baik dalam bahan baku, peralatan, proses, maupun pengelolaan. Pengembangan kreativitas merupakan hal yang sangat mutlak diperlukan di industri ini. Oleh karena itu, tujuan pokok penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kreativitas di industri kerajinan batik, dan mengetahui perbedaan faktor-faktor dominan yang mempengaruhi pengembangan kreativitas antara industri berskala kecil, menengah dan besar.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode observasi, wawancara dan angket pada obyek penelitian. Obyek penelitian adalah PT. Tri Ratna Batik (industri kecil / IK), CV. Tobal Batik (industri menengah / IM), dan PT. Batik Dinar Hadi (industri besar / IB). Pengambilan angket berdasarkan *proportional* dan *purposive sampling*, yaitu berdasarkan perbandingan jumlah tenaga kerja dan pertimbangan bahwa sampel yang diambil telah mewakili obyek yang diteliti. Angket juga dibagi untuk dua (2) level, *super creative core* yaitu karyawan dengan jumlah sampel 1 orang (IK), 4 orang (IM), dan 8 orang (IB), dan *creative professional* yaitu level atasan dengan jumlah sampel 1 orang (IK), 2 orang (IM), dan 3 orang (IB). Lingkup penelitian dan tahapan penelitian dapat dilihat pada gambar 1 dan 2 di bawah ini.

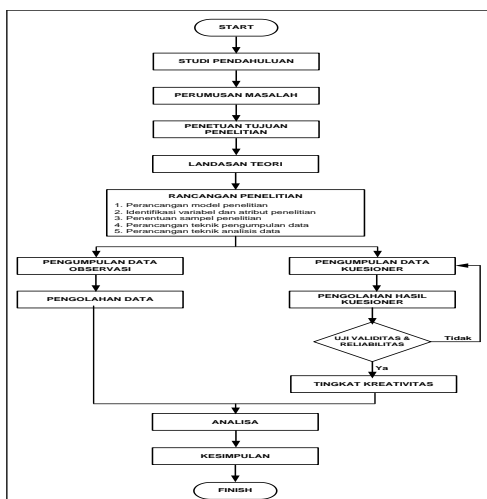
Penelitian dibuat terlebih dahulu dengan instrumen penelitian sehingga jelas variabel, subvariabel, indikator dan instrumen penelitian. Instrumen ini dibuat berdasarkan tabel *Entrepreneurship, Creativity and Organization (ECO) Analytical Framework* [Kao, 1991: 6-7]. Variabel yang diteliti adalah SDM kreatif (*creative person*), pekerjaan kreatif (*creative task*), konteks organisasi (*organizational context*), lingkungan (*environment*), dan tambahan variabel yaitu

inovasi produk (*product innovation*). salah satu contoh instrumen untuk variabel SDM kreatif dapat dilihat pada lampiran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan studi pendahuluan, perumusan masalah, penetapan tujuan penelitian, pengambilan data, kemudian dilakukan pengolahan data dan analisa. Pengolahan data dilakukan terlebih dahulu dengan uji validitas instrumen. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur [Litwin, 1995:33]. Litwin mengelompokkan validitas menjadi 4 jenis, yaitu: *face validity* (validitas rupa), *content validity* (validitas isi), *criterion validity* (validitas kriteria), dan *construct validity* (validitas konstruk). Penelitian ini menggunakan validitas kriteria *concurrent*. Validitas kriteria *concurrent* digunakan untuk mengukur seberapa baik butir atau skala berkorelasi dengan pengukuran 'gold standard' untuk variabel yang sama. *Gold standard* yang dimaksud berdasarkan ECO Analytical Framework dengan pengembangan variabel inovasi produk. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*

Hasil analisis validitas item variabel untuk angket karyawan diperlihatkan pada tabel 2–6 dibawah ini.



Gambar 1 Tahapan Penelitian

- Uji Validitas Angket Karyawan:

Tabel 2 Validitas SDM Kreatif Karv.

VARIABEL	PERNYATAAN	r_{xy}	r_{tabel}	$r_{xy} \geq r_{tabel}$
CREATIVE PERSON	1	0.757	0.1238	Valid
	2	0.761	0.1238	Valid
	3	0.619	0.1238	Valid
	4	0.736	0.1238	Valid
	5	0.432	0.1238	Valid
	6	0.663	0.1238	Valid
	7	0.409	0.1238	Valid
	8	0.262	0.1238	Valid
	9	0.115	0.1238	Tidak Valid
	10	0.287	0.1238	Valid
	11	0.182	0.1238	Valid
	12	0.177	0.1238	Valid
	13	0.267	0.1238	Valid
	14	0.134	0.1238	Valid
	15	0.463	0.1238	Valid
	16	0.081	0.1238	Tidak Valid
	17	0.182	0.1238	Valid
	18	0.361	0.1238	Valid
	19	0.281	0.1238	Valid
	20	0.331	0.1238	Valid

Tabel 3 Validitas Pekerjaan Kreatif Kary

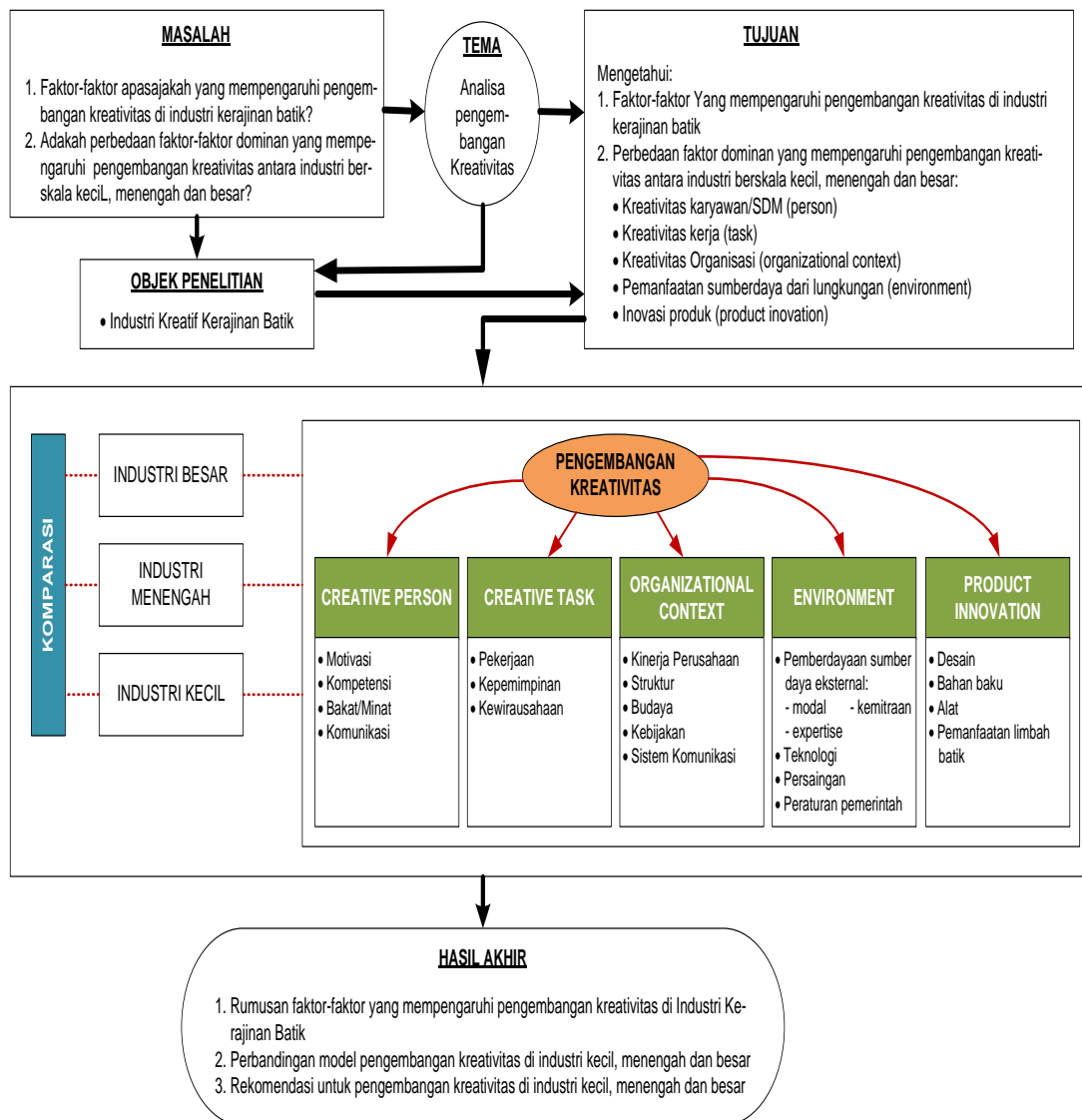
VARIABEL	PERNYATAAN	r_{xy}	r_{tabel}	$r_{xy} \geq r_{tabel}$
CREATIVE TASK	21	0.544	0.2246	Valid
	22	0.250	0.2246	Valid
	23	0.752	0.2246	Valid
	24	0.588	0.2246	Valid
	25	0.878	0.2246	Valid
	26	0.438	0.2246	Valid
	27	0.610	0.2246	Valid
	28	0.692	0.2246	Valid
	29	0.637	0.2246	Valid
	30	0.278	0.2246	Valid

Tabel 4 Validitas Organisasi Kary.

VARIABEL	RELIABILITAS			
	KARY.	KET.	ATASAN	KET.
CREATIVE PERSON	0.734	Tinggi	0.823	Sangat Tinggi
CREATIVE TASK	0.761	Tinggi	0.891	Sangat Tinggi
ORGANIZ. CONTEXT	0.692	Tinggi	0.726	Tinggi
ENVIRONMENT	0.691	Tinggi	0.571	Cukup
PRODUCT INOVATION	0.677	Tinggi	0.812	Sangat Tinggi

Tabel 5. Validitas Lingkungan Kary.

VARIABEL	PERNYATAAN	r_{xy}	r_{tabel}	$r_{xy} \geq r_{tabel}$
ORGANIZASIONAL CONTEXT	31	0.894	0.584	Valid
	32	0.743	0.584	Valid
	33	0.752	0.584	Valid



Gambar 2 Kerangka Pikir Penelitian

Tabel 6 Validitas Inovasi Produk Kary.

VARIABEL	PERNYATAAN	r_{xy}	r_{tabel}	$r_{xy} \geq r_{tabel}$
PRODUCT INNOVATION	36	0.654	0.396	Valid
	37	0.824	0.396	Valid
	38	0.744	0.396	Valid
	39	0.229	0.396	Tidak Valid
	40	0.519	0.396	Valid

Penelitian ini menggunakan tipe *internal consistency reliability*, yang digunakan untuk mengukur seberapa baik beberapa item dalam skala yang bervariasi dalam sampel.

Sesuai dengan indeks korelasi bahwa $r_{11} = 0.734$ memiliki tingkat kehandalan yang tinggi, maka angket untuk level karyawan dan atasan dinyatakan reliabel dan dapat digunakan kembali untuk perhitungan. Koefisien reliabilitas karyawan dan atasan ditampilkan pada tabel 7 dibawah ini.

Setelah dilakukan validitas, kemudian instrumen diuji reliabilitas atau keandalannya. Reliabilitas merupakan pengukuran statistik untuk mengukur apakah instrumen tersebut dapat dipakai kembali. Tipe-tipe reliabilitas yaitu *test-retest*, *alternate-form*, *internal consistency*, dan *interobserver* [Litwin, 9-29].

• Hasil Penilaian Level Karyawan

Tabel 8 di bawah ini merupakan tabel perhitungan nilai rata-rata (mean) dan penilaian tingkat kreativitas tiap indikator, subvariabel dan variabel karyawan.

Setelah dilakukan validitas dan reliabilitas kemudian dilakukan penilaian perhitungar statistik deskriptif yaitu nilai rata-rata (mean) untuk level karyawan dan atasan, serta nilai mean dan modus gabungan karyawan dar atasan.

• Hasil Penilaian Level Atasan

Tabel 9 di bawah ini merupakan tabel perhitungan nilai rata-rata (mean) dan penilaian tingkat kreativitas tiap indikator, subvariabel dan variabel atasan.

Faktor-faktor Pengembangan Kreativitas

Untuk mengetahui pengembangan kreativitas industri secara keseluruhan, maka data karyawan dan atasan digabungkan dan dihitung nilai rata-rata (mean) dan modus.

Nilai rata-rata (mean) dihitung berdasarkan indikator, subvariabel dan variabel untuk mengetahui secara detil pengembangan kreativitas dan tingkat kreativitas keseluruhan pada tiap industri. Nilai modus dihitung berdasarkan variabel dan secara keseluruhan untuk ketiga industri. Rekap nilai indikator, subvariabel dan variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 8. Penilaian Indikator, Subvariabel, dan Variabel Level Atasan

		V1					V2					V3	V4	V5			MEAN	KET.				
		SV1		SV2			SV3			SV4		SV5		SV6	SV7	SV8			SV9			
		i1	i2	i3	i4	i5	i6	i7	i8	i9	i10	i11	i12	i13	i14	i15			i16			
MEAN INDIKATOR	IK	3.25	3.67	3.20	4	4	2	3.4	3.5	2	3.5	2	3.5	3	4	3			2	3.13	KREATIF	
	IM	3.56	3.25	3.25	3.13	3	2.5	3.3	3.63	3.5	3.5	3.75	3.88	3.5	3.5	3.63	4	3.43	KREATIF			
	IB	3.38	3.42	3.13	3.44	3.33	3.38	3.78	3.88	4	3.63	3.38	3.69	4.06	3.13	3.19	3.13	3.49	KREATIF			
MEAN SUBVARIABEL	IK	3.25		3.38			3.67			3.43		3		3		3.33			2	3.12	KREATIF	
	IM	3.56		3.25			2.96			3.39		3.5		3.83		3.5			4	3.51	KREATIF	
	IB	3.38		3.23			3.38			3.8		3.75		3.58		4.06			3.17	3.13	3.50	KREATIF
MEAN VARIABEL	IK	3.44					3.3					3			3			3.15	KREATIF			
	IM	3.22					3.43					3.83			3.5			3.69			3.53	KREATIF
	IB	3.31					3.79					3.58			4.06			3.16			3.58	KREATIF
TERTINGGI		IK					IB					IM			IB			IM				

Keterangan Variabel:

V1 : Creative Person V2 : Creative Task V3 : Organizational Context V4 : Environment V5 : Product Innovation

Keterangan Subvariabel:

SV1 : Motivasi SV2 : Bakat/Minat SV3 : Komunikasi SV4 : Pekerjaan SV5 : Kepemimpinan
SV6 : Kebijakan SV7 : Teknologi SV8 : Bahan SV9 : Alat

Keterangan Indikator:

i1 : Kepuasan Kerja i2 : Senang dengan Pekerjaan i3 : Kreativitas SV4 : Hub. dengan Atasan
i5 : Hub. Sesama Kary. i6 : Kemampuan Komunikasi i7 : Efisiensi SV8 : Kualitas
i9 : POACE i10 : Pengambilan Keputusan i11 : Pemberian Penghargaan SV12 : Sist. Penerimaan Kary.
i13 : Teknologi yg digunakan i14 : Pengembangan Pemalaman i15 : Pengembangan Pewarnaan SV16 : Pengembangan Alat & Teknologi

Tabel 9. Penilaian Indikator, Subvariabel, dan Variabel Level Karyawan

		V1			V2				V3				V4				V5				MEAN	KET.		
		SV1		SV2		SV3		SV4		SV5		SV6		SV7		SV8		SV9		SV10			SV11	
		i1	i2	i3	i4	i5	i6	i7	i8	i9	i10	i11	i12	i13	i14	i15	i16	i17	i18	i19			i20	
MEAN INDIKATOR	IK	4.75	5	4.5	4	5	4	3.5	3	3.33	4	4.5	5	3	4	3.5	4.6	4.33	4	3.5			3	4.03
	IM	3.63	3.5	4	3.5	4	3.83	3.5	3.33	3.33	3.5	4	4.5	3.5	3.5	3	4	4	3.67	3.75	4	3.70	KREATIF	
	IB	4.17	4	4	4.44	5	4.33	4.17	3.89	3.33	4	4.33	3.67	4	4.33	3.5	3.87	3.89	3.22	3.17	3.33	3.93	KREATIF	
MEAN SUBVARIABEL	IK	4.75		4.67		4.25		3.5		3.33		4.33		4		3.5		4.5		3.8		3	3.97	KREATIF
	IM	3.63		3.83		3.63		3.56		3.33		3.83		3.83		3		4		3.7		4	3.67	KREATIF
	IB	4.17		4		4.58		4.13		3.33		4.22		4		3.5		3.88		3.2		3.33	3.85	KREATIF
MEAN VARIABEL	IK	4.71				3.75				3.83				3.8				4.14				4.05	SANGAT KREATIF	
	IM	3.71				3.58				3.58				3.5				3.89				3.65	KREATIF	
	IB	4.1				4.28				3.78				3.8				3.6				3.91	KREATIF	
TERTINGGI		IK			IB			IK			IK/IB			IK										

Keterangan Variabel:

V1 : Creative Person V2 : Creative Task V3 : Organizational Context
V4 : Environment V5 : Product Innovation

Keterangan Subvariabel:

SV1 : Bakat/Minat SV2 : Komunikasi SV3 : Pekerjaan
SV4 : Kepemimpinan SV5 : Kinerja Perusahaan SV6 : Kebijakan
SV7 : Pemberdayaan SD Eksternal SV8 : Teknologi SV9 : Desain
SV10 : Bahan SV11 : Alat

Keterangan Indikator:

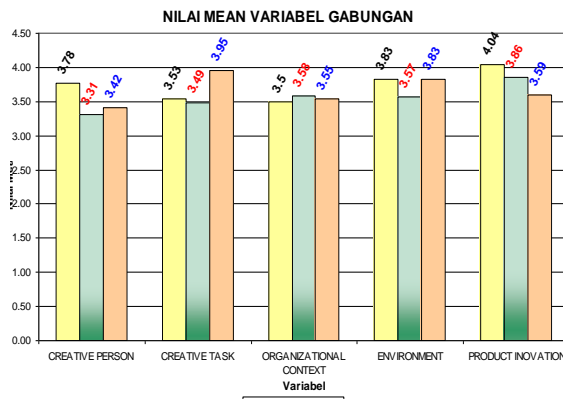
i1 : Kreativitas i2 : Hub. Sesama Kary. i3 : Kemampuan Komunikasi SV4 : Efisiensi
i5 : Kualitas i6 : POACE i7 : Pengambilan Keputusan SV8 : Support terhadap Bawahan
i9 : Kemajuan Usaha i10 : Pemberian Penghargaan i11 : Sist. Penerimaan Kary. SV12 : Modal
i13 : Kemitraan i14 : Penggunaan Tenaga Ahli i15 : Teknologi yg digunakan SV16 : Jenis Produk
i17 : Ragam Hias & Warna i18 : Pengembangan Pemalaman i19 : Pengembangan Pewarnaan SV20 : Pengembangan Alat & Teknologi

Tabel 10. Penilaian Mean dan Tingkat Kreativitas Variabel Gabungan

VARIABEL	IK		IM		IB		TERTINGGI
	Mean	Modus	Mean	Modus	Mean	Modus	
V1	3.78	4	3.31	3	3.42	4	IK
V2	3.53	4	3.49	4	3.95	4	IB
V3	3.5	4	3.58	4	3.55	4	IM
V4	3.50	4	3.32	4	3.79	4	IB
V5	4.04	5	3.86	4	3.59	4	IK
Mean Total	3.67		3.51		3.66		INDUSTRI KECIL
Modus Total	4		4		4		
Tingkat Kreativitas	KREATIF		KREATIF		KREATIF		

Keterangan Variabel:

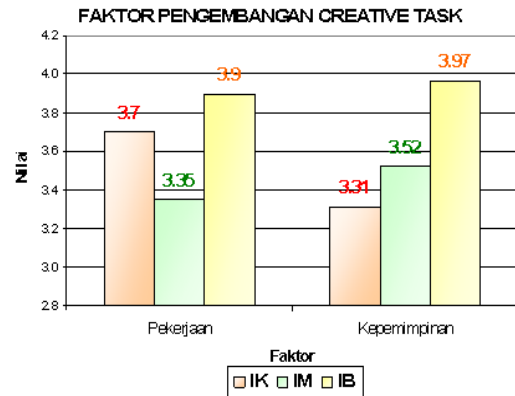
V1 : Creative Person V2 : Creative Task
 V3 : Organizational Context V4 : Environment
 V5 : Product Innovation



Gambar 3 Nilai Mean Variabel Kreativitas Gabungan

Industri kreatif adalah industri yang berlangsung proses kreatif di dalamnya dan lingkungannya, baik proses dalam mengelola industri secara kreatif, memperkerjakan orang-orang kreatif, menciptakan pekerjaan kreatif dan menghasilkan produk inovatif. Bila dilihat secara keseluruhan, ketiga industri dapat dikatakan sebagai industri kreatif. Hal ini terlihat pada nilai rata-rata hasil perhitungan gabungan antara karyawan dan atasan yang memiliki rentang nilai antara 3.01 sampai 4. Nilai tertinggi terdapat pada industri kecil dengan nilai rata-rata 3.52, disusul oleh industri besar dengan nilai 3.49, sedangkan nilai terkecil terdapat pada industri menengah dengan nilai 3.47. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan, industri kecil lebih kreatif daripada industri besar dan menengah. Tetapi, bila dilihat dari modus, ketiganya memiliki modus yang sama yaitu 4, yang artinya ketiga industri sama-sama kreatif. Meskipun secara keseluruhan industri kecil lebih kreatif, tetapi pada beberapa variabel juga terlihat bahwa industri kecil tidak dapat

menyamai kreativitas pada industri besar dan menengah, khususnya pada variabel pekerjaan kreatif (*creative task*) dan konteks organisasi (*organizational context*).



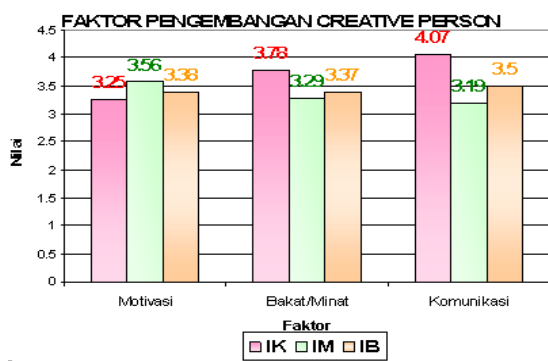
Gambar 5. Faktor Pengembangan Creative Task Gabungan Nilai Karwan dan Atasan

Kreativitas industri kecil lebih tinggi, cukup beralasan mengingat industri ini mampu bertahan melalui krisis ekonomi dan persaingan yang begitu ketat di antara para produsen batik. Alasan industri besar merupakan industri kreatif juga sesuai, karena industri ini mampu berkembang dalam segala hal. Industri ini sudah dikenal sebagai aset nasional, yang pemasarannya hingga tingkat global, industri ini mempunyai banyak cabang, *showroom*, dan tenaga kerja, serta mampu bersaing dengan produsen batik lain. Industri menengah juga disebut industri kreatif karena mampu bertahan dalam persaingan ketat para produsen batik dengan menghadirkan inovasi-inovasi produk yang berbeda dengan produsen lain.

Faktor Pengembangan SDM Kreatif (*Creative Person*)

Pada gambar 3 diatas, dapat kita lihat nilai rata-rata variabel SDM kreatif (*creative person*) untuk ketiga industri. Secara keseluruhan, dapat dikatakan bahwa SDM pada ketiga industri sama-sama kreatif karena nilai rata-rata berada pada rentang 3.01 – 4, akan tetapi nilai faktor-faktor pengembangan SDM kreatifnya berbeda. Nilai rata-rata tertinggi SDM kreatif terdapat pada industri kecil, yaitu sebesar 3.78 dengan modus 4, disusul oleh industri besar dengan nilai 3.42 dengan modus 4, sehingga berdasarkan nilai rata-rata dan modus, industri kecil dan besar tergolong kreatif. Industri menengah memiliki

nilai rata-rata 3.31 dengan modus 3, yang artinya industri ini cenderung cukup kreatif. Gambar 4 di bawah adalah gambar faktor-faktor pengembangan SDM kreatif pada industri kecil, menengah, dan besar.



Gambar 4 | Faktor Pengembangan *Creative Person* Gabungan Nilai Karyawan dan Atasan

Seorang wirausaha batik memang harus kreatif dalam melihat peluang, jeli menangkap keinginan dan harapan masyarakat, dan kemudian mampu menciptakan aneka ragam produk dan jasa untuk mengatasi masalah dan meraih keuntungan. Akan tetapi, bukan hanya wirausaha saja yang merupakan SDM kreatif, manajer dan karyawan juga harus kreatif. Seorang pimpinan (atasan) selain harus kreatif, harus pula memiliki kemampuan mengelola SDM kreatif yang ada di perusahaannya. Analisa faktor pengembangan SDM kreatif akan dibahas lebih lanjut berkaitan dengan motivasi, bakat/minat, komunikasi, dan kompetensinya.

Faktor Pengembangan Pekerjaan Kreatif (*Creative Task*)

Ada perbedaan pengertian antara proses kreatif, pekerjaan, dan pekerjaan kreatif. Proses kreatif adalah kondisi dimana berlangsung pengembangan kreativitas. Pekerjaan adalah semua kegiatan yang dilakukan di industri untuk mencapai tujuan. Pekerjaan kreatif yaitu pekerjaan untuk menghasilkan produk inovatif. Baik pekerjaan maupun pekerjaan kreatif membutuhkan kreativitas, namun berbeda jenis kreativitasnya. Pada gambar 3 sebelumnya, dapat kita lihat nilai rata-rata variabel kreativitas untuk ketiga industri. Pada variabel

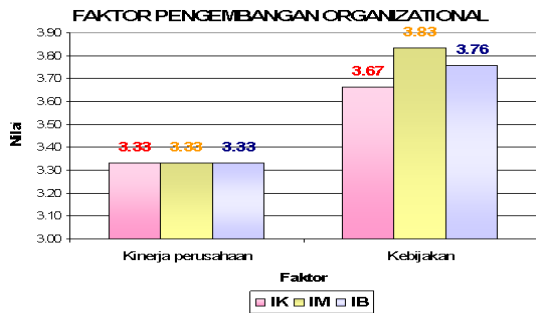
pekerjaan kreatif (*creative task*), nilai rata-rata tertinggi terdapat pada industri besar, yaitu sebesar 3.95, disusul oleh industri kecil dengan nilai 3.53, dan yang paling rendah adalah industri menengah dengan nilai 3.49. Bila dilihat berdasarkan modus, ketiganya memiliki nilai modus yang sama yaitu 4. Secara keseluruhan, pekerjaan pada ketiga industri sama-sama kreatif karena nilai rata-rata berada pada rentang 3.01 – 4, tetapi nilai faktor-faktor pengembangan pekerjaan kreatifnya berbeda. Gambar 5.3 di bawah adalah gambar faktor-faktor pengembangan pekerjaan kreatif industri kecil, menengah, dan besar. Pengembangan pekerjaan kreatif dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pekerjaan, kepemimpinan, dan kewirausahaan.

Faktor Pengembangan Konteks Organisasi (*Organizational Context*)

Gambar 3 sebelumnya menunjukkan nilai rata-rata variabel kreativitas untuk ketiga industri. Pada variabel konteks organisasi (*organizational contex*), nilai rata-rata tertinggi pada industri menengah, yaitu sebesar 3.58, disusul oleh industri besar dengan nilai 3.55, dan yang paling rendah adalah industri kecil dengan nilai 3.5. Selain itu modus ketiga industri yaitu 4. Ketiga industri sama-sama kreatif karena nilai rata-rata dan modus berada pada rentang 3.01 – 4, tetapi nilai faktor-faktor pengembangan kreativitas organisasinya berbeda. Gambar 6 menunjukkan faktor-faktor pengembangan kreativitas organisasi ketiga industri.

Proses kreatif juga sangat berpengaruh pada konteks organisasi. Organisasi merupakan suatu kesatuan sosial yang saling berkoordinasi dengan pembagian tugas/fungsi tertentu untuk mencapai tujuan dengan batas-batas tertentu terhadap lingkungan. Organisasi yang konservatif biasanya kurang merangsang kreativitas. Sebut pula batasan-batasan seperti hirarki, aturan yang tidak fleksibel, ketiadaan wadah bagi ekspresi kreatif, egoisme antar departemen, buruknya komunikasi, atau situasi organisasi yang sangat terpolitisasi. Oleh karena itu untuk menciptakan proses kreatif, organisasi dan harus dibuat senyaman mungkin, agar dapat menampung ekspresi orang kreatif dan dapat menciptakan pekerjaan kreatif serta produk yang inovatif.

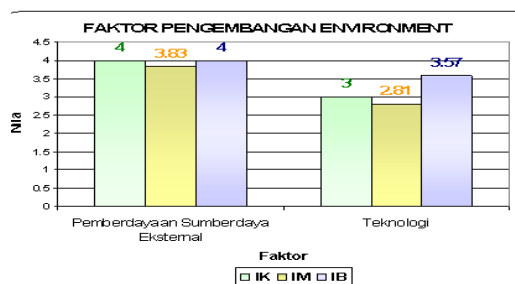
Konteks organisasi ini meliputi keseluruhan kegiatan manajerial suatu industri, dimana dalam hal ini akan menganalisa faktor-faktor umum pada ketiga industri seperti kinerja perusahaan, kebijakan, struktur dan budaya, serta sistem komunikasi.



Gambar 6. Faktor Pengembangan *Organizational Context* Gabungan Nilai Karyawan dan Atasan

Faktor Pengembangan Lingkungan (*Environment*)

Lingkungan sangat berpengaruh terhadap pengembangan kreativitas. Lingkungan yang kondusif, sehat, dan bersih akan menimbulkan motivasi untuk bekerja dan berkreasi. Gambar 3 sebelumnya menunjukkan nilai rata-rata variabel kreativitas untuk ketiga industri, dan nilai rata-rata variabel lingkungan (*environment*) tertinggi pada industri besar, yaitu sebesar 3.79, disusul oleh industri kecil dengan nilai 3.5, dan terakhir industri menengah dengan nilai 3.32, dan modus ketiga industri sama-sama bernilai 4. Ketiga industri sama-sama memiliki lingkungan yang mendukung pengembangan kreativitas. Nilai rata-rata berada pada rentang 3-4, tetapi nilai faktor-faktor pengembangan lingkungan kreatif berbeda untuk masing-masing industri. Gambar 7 di bawah adalah gambar faktor-faktor pengembangan lingkungan kreatif ketiga industri.

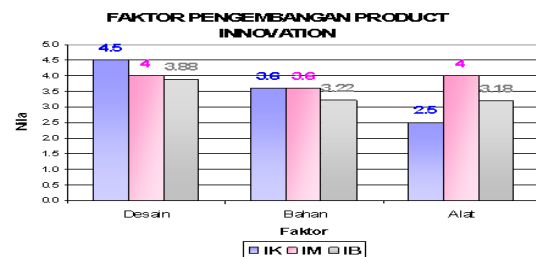


Gambar 7. Faktor Pengembangan *Environment* Gabungan Nilai Karyawan dan Atasan

Berdasarkan hasil beberapa penelitian, untuk menciptakan kreativitas dibutuhkan lingkungan kerja kondusif yang menyenangkan (*fun*), penuh rasa humor, spontan, dan memberi ruang bagi individu untuk melakukan berbagai permainan atau percobaan. Membentuk lingkungan yang kondusif seperti itu sangatlah tidak mudah bagi sebuah organisasi. Mendorong kreativitas dalam dunia kerja menuntut iklim yang *permissif* terhadap existensi individualitas dan penerimaan terhadap rasa humor, disamping tetap memegang teguh rasa hormat, kepercayaan dan komitmen sebagai norma yang berlaku. Lingkungan yang kondusif berperan penting terhadap pengembangan proses kreatif dalam industri kerajinan batik ini. Analisa lingkungan akan membahas mengenai faktor pemberdayaan sumber daya eksternal, teknologi, persaingan, dan peraturan pemerintah

Faktor Pengembangan Inovasi Produk (*Product Innovation*)

Pada gambar 3 sebelumnya, dapat kita lihat nilai rata-rata variabel inovasi produk (*product innovation*) untuk ketiga industri. Nilai rata-rata tertinggi inovasi terdapat pada industri kecil, yaitu sebesar 4.04 dan modus 5, sehingga dapat dikatakan bahwa industri ini memiliki inovasi produk yang sangat kreatif, tentu saja bila dilihat dari kemampuan industri tersebut. Industri menengah memiliki nilai rata-rata 3.86, dan industri besar dengan nilai rata-rata 3.59, tetapi modus industri menengah dan besar sama yaitu 4. Hal ini berarti bahwa industri menengah dan besar sama-sama menghasilkan produk yang kreatif dan inovatif, meskipun pengembangan dan karakteristiknya berbeda. Gambar 8 adalah gambar faktor-faktor pengembangan inovasi produk pada industri kecil, menengah, dan besar.



Gambar 8. Faktor Pengembangan *Product Innovation* Gabungan Nilai Karyawan dan Atasan

Inovasi ternyata diperlukan di semua industri batik, baik kecil, menengah maupun besar. Untuk dapat menghasilkan inovasi baru, baik dalam desain batik, dan inovasi produk lainnya, diperlukan tenaga ahli khusus. Meskipun tidak semua SDM di industri ini kreatif, namun inovasi harus berjalan, karena tanpa inovasi, produk batik menjadi statis sehingga dapat mengalami kejenuhan. Produk harus terus berubah karena konsumen selalu tertarik dengan sesuatu yang baru. Oleh karena itu, kemampuan untuk merancang produk-produk yang berbiaya hemat (*low cost material*), pemanfaatan barang bekas, sisa atau limbah (*waste*) yang terbuang (*no cost material*), atau upaya-upaya untuk memberikan nilai tambah pada produk batik yang ada, perlu ditingkatkan.

Inovasi dan kreativitas sama-sama berkaitan dengan ide-ide baru, namun dibutuhkan cara berpikir yang lebih analitis dan sistemik untuk menjadikan ide-ide kreatif tersebut menjadi inovasi. Setelah melalui proses penyaringan, ide kreatif barulah bisa menjadi sesuatu yang inovatif. Dengan demikian, mitos yang mengatakan bahwa "inovasi sama dengan kreativitas" dalam konteks industri kerajinan batik tidak sepenuhnya benar. Pembahasan mengenai inovasi produk batik di industri kecil, menengah, dan besar, akan dijelaskan sebagai berikut.

Faktor Dominan Pengembangan Kreativitas Antara Industri Kecil, Menengah, Dan Besar

Berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan, hipotesis yang menyatakan tidak ada perbedaan kreativitas di industri besar, menengah, dan kecil, diterima. Artinya ketiga kelompok industri yang diperbandingkan, sama-sama kreatif. Meskipun demikian, analisis deskriptif dapat membuktikan adanya perbedaan pada beberapa faktor dominan, seperti yang tertera dalam tabel 11 di bawah ini.

Faktor dominan untuk variabel SDM kreatif di industri kecil dan besar ternyata ditentukan oleh komunikasi yang baik, meskipun ada perbedaan teknik komunikasi antara keduanya. Sementara itu, di industri

menengah, faktor dominannya adalah motifasi SDM.

Tabel 11 Faktor Dominan Pengembangan Kreativitas

VARIABEL	FAKTOR DOMINAN INDUSTRI BATIK		
	KECIL	MENENGAH	BESAR
CREATIVE PERSON	Komunikasi	Motivasi	Komunikasi
CREATIVE TASK	Pekerjaan	Kepemimpinan	Kepemimpinan
ORGANIZATIONAL CONTEXT	Kebijakan	Kebijakan	Kebijakan
ENVIRONMENT	Pemberdayaan Sumberdaya Eksternal	Pemberdayaan Sumberdaya Eksternal	Pemberdayaan Sumberdaya Eksternal
PRODUCT INOVATION	Desain	Desain dan Alat	Desain

Untuk variabel pekerjaan kreatif, kepemimpinan merupakan faktor dominan yang muncul pada industri menengah dan besar, sementara di industri kecil lebih didominasi oleh pekerjaan yang dilakukan. Meskipun sama-sama memiliki faktor dominan kepemimpinan, terdapat perbedaan gaya kepemimpinan antara industri menengah dan besar, yang menunjang berfungsinya pekerjaan kreatif di industri masing-masing. Pengambilan keputusan hanya oleh pimpinan puncak pada industri besar, dapat menghasilkan pekerjaan kreatif karena keputusan yang diambil tepat dan pimpinan memiliki intuisi yang tinggi terhadap pekerjaan kreatif. Di industri menengah, gaya kepemimpinan partisipatif, membuat setiap karyawan dapat mengembangkan pekerjaan secara kreatif. Di industri kecil, pekerjaan benar-benar bertumpu pada usaha setiap individu dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas.

Dalam konsteks organisasi, faktor dominan pada setiap industri adalah sama yaitu kebijakan. Akan tetapi faktor kebijakan ini tidak sama pada masing-masing industri. Letak perbedaan adalah pada pemberian penghargaan terhadap karyawan dan sistem penerimaan karyawan. Industri kecil lebih mengutamakan relasi, industri menengah relasi dan kompetensi, sementara industri besar lebih mengutamakan kompetensi, dalam sistem penerimaan karyawan. Bentuk penghargaan yang diberikan juga berbeda, di industri kecil lebih banyak bersifat nonfisik, sementara di industri menengah dan besar penghargaan bersifat fisik dan nonfisik.

Faktor dominan pengembangan kreativitas dalam pemanfaatan sumberdaya dari lingkungan untuk ketiga industri tidak ada perbedaan yaitu pada pemberdayaan sumberdaya eksternal. Akan tetapi faktor pemberdayaan sumberdaya eksternal ini tidak sama pada masing-masing industri. Ketiga industri memang sama-sama dapat memanfaatkan modal yang ada dengan sebaik-baiknya, tetapi perbedaannya adalah industri kecil modal secara pribadi, industri menengah modal pribadi disertai pinjaman Bank, sedangkan industri besar modal berasal dari saham. Selain itu, perbedaan ada pada kemitraan dan penggunaan tenaga ahli. Industri kecil kemitraan pada toko-toko dan industri besar, sedangkan industri menengah dan besar memiliki kemitraan baik secara personal, maupun lembaga negeri, swasta, bahkan luar negeri. Industri kecil tidak mempunyai tenaga ahli secara khusus, sedangkan pada industri menengah dan besar sudah mempunyai tenaga ahli pada bidang-bidang tertentu.

Dalam pengembangan inovasi produk, faktor dominan di industri kecil dan besar yaitu desain, sedangkan industri menengah juga desain dan ditambahkan dengan alat. Desain produk jadi, jenis produk, dan motif memiliki ciri khas dan karakteristik tersendiri pada ketiga industri. Industri menengah menciptakan inovasi alat cap yang terbuat dari enceng gondok.

Usulan Peningkatan Kreativitas

Meskipun ketiga kelompok industri batik yang menjadi obyek penelitian ini sudah terbilang kreatif, namun upaya-upaya peningkatan kreativitas perlu terus dilakukan secara kontinyu, karena proses kreatif tidak pernah berhenti. Hal ini disebabkan keinginan dan harapan konsumen selalu berubah dari waktu ke waktu. Selain itu, perlu upaya yang lebih keras untuk meningkatkan daya saing pada industri kreatif kerajinan batik, mengingat persaingan yang terus meningkat baik antara sesama industri lokal, nasional, maupun global. Sebagaimana kita ketahui, batik saat ini juga diproduksi di negara lain, seperti Malaysia, Cina, Hongaria, Thailand, dan lain-lain. Apabila produsen batik tidak mampu menghasilkan desain-desain yang kreatif, dan tidak berusaha meningkatkan daya

saing produknya, maka bukan tidak mungkin batik Indonesia yang telah berjaya selama berabad-abad dapat tersisihkan dalam persaingan di pasar global.

Peningkatan kreativitas dilakukan untuk semua variabel pada umumnya, tetapi upaya peningkatan terutama diperlukan pada faktor-faktor kritis pengembangan kreativitas yang terdapat pada ketiga industri. Faktor kritis pada industri kecil adalah pengembangan alat, dengan nilai kreativitas rendah (2,50). Motif-motif batik yang mereka hasilkan sangat tergantung pada alat (cap, canting) yang tersedia di pasar, sehingga kreativitas desain tidak berlangsung. Ke depan, ada baiknya industri ini mencoba membuat desain cap sendiri, kemudian membuat alat sendiri atau memesan alat sesuai dengan desain yang mereka kembangkan. Dengan demikian desain batik yang dihasilkan tidak umum (pasaran), tetapi memiliki daya beda dengan desain produk yang ada.

Adapun faktor kritis pada industri besar juga pengembangan alat. Namun nilainya masih aman (3,18). Meskipun telah menggunakan teknologi menengah sampai tinggi, industri ini ternyata memiliki ketergantungan impor yang tinggi pula, misalnya untuk mengganti suku cadang, mereka harus memesan dulu ke luar negeri. Oleh karena itu, untuk memperbaiki faktor kritis di industri besar ini, perlu upaya-upaya membebaskan diri dari ketergantungan impor, antara lain membuat departemen khusus untuk pembuatan suku cadang. Lebih jauh lagi, dengan ketersediaan modal yang cukup di industri besar, dapat pula dilakukan upaya memproduksi alat sendiri, menggunakan tim dengan ide-ide kreatif atau tim kreatif, sehingga proses kreatif dapat berlangsung dengan baik.

Faktor kritis di industri menengah adalah teknologi, dengan nilai kreativitas termasuk rendah (2,81). Industri ini menutup diri terhadap teknologi baru yang mereka anggap merusak ketradisionalan batik. Bahkan untuk pengembangan desain menggunakan komputer mereka pandang melanggar pakem batik. Mereka ingin berpegang teguh bahwa batik printing bukanlah batik. Pemikiran ini menghalangi industri untuk mendapatkan keuntungan dan meningkatkan produktivitas. Akan tetapi nilai

luluh yang mereka anut juga perlu dipertahankan. Oleh karena itu, upaya yang perlu dilakukan adalah membagi dua sektor industri, pertama yang mempertahankan tradisi batik, dan sektor kedua menggunakan teknologi dengan produktivitas tinggi. Dengan demikian, industri dapat menerima perkembangan, dengan tetap menjaga budaya dan tradisi yang ada.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan (1) SDM kreatif pada industri kecil, menengah, dan besar yaitu motivasi, bakat/minat, komunikasi, dan kompetensi; (2) Pekerjaan kreatif pada industri kecil, menengah, dan besar yaitu pekerjaan, kepemimpinan, dan kewirausahaan; (3) Kreativitas organisasi pada industri kecil, menengah, dan besar yaitu kinerja perusahaan, kebijakan, struktur dan budaya organisasi, serta sistem komunikasi; (4) Kreativitas dalam pemanfaatan sumberdaya dari lingkungan pada industri kecil, menengah, dan besar yaitu pemberdayaan sumberdaya eksternal, teknologi, persaingan, dan peraturan pemerintah; (5) Inovasi produk pada industri kecil, menengah, dan besar yaitu desain, bahan, alat, dan pemanfaatan limbah batik.

Secara keseluruhan, tidak terdapat perbedaan kreativitas di industri kecil, menengah, dan besar, sama-sama kreatif. Tetapi, secara deskriptif, terdapat perbedaan faktor-faktor dominan pada beberapa pengembangan kreativitas, yaitu pada SDM kreatif, faktor dominan di industri kecil dan besar yaitu komunikasi, sedangkan di industri menengah yaitu motivasi. Pada pekerjaan kreatif, faktor dominan di industri kecil yaitu pekerjaan, sedangkan di industri menengah dan besar yaitu kepemimpinan. Faktor dominan yang mempengaruhi inovasi produk di industri kecil dan besar adalah desain, sedangkan pada industri menengah yaitu desain dan alat. Faktor dominan yang mempengaruhi pengembangan kreativitas organisasi di industri kecil, menengah, dan besar, sama, yaitu kebijakan. Tidak ada perbedaan faktor dominan yang mempengaruhi pengembangan kreativitas

dalam pemanfaatan sumber daya dari lingkungan, yaitu pemberdayaan sumber daya eksternal.

Perlu melakukan upaya peningkatan kreativitas pada ketiga industri, terutama pada faktor-faktor kritis pengembangan kreativitas. Pada industri kecil dan besar, faktor kritisnya adalah alat. Kedua industri harus mengembangkan kreativitas mereka agar dapat membuat inovasi alat sendiri, sehingga tidak memiliki ketergantungan terhadap pengrajin alat dan impor luar negeri. Faktor kritis di industri menengah yaitu teknologi, dimana industri ini sebaiknya membuka diri terhadap perkembangan zaman dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Djoemena, Nian S., (1990), *Batik dan Mitra*, Penerbit Djambatan, Jakarta.
2. Doellah, Santosa, (2002), *Pengaruh Zaman dan Lingkungan*, Danar Hadi, Surakarta.
3. Fink, Arlene, (1995), *The Survey Kit: How to Analyze Survey Data*, SAGE Publications, London.
4. Isdianto, Drs. Budi MSn, (2008), *Mensejahterakan Masyarakat melalui Pengembangan Industri Kreatif – Sektor Kerajinan*, Fak. Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung, Bandung.
5. Kao, John J., (1991), *Managing Creativity*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
6. Kartikasari, Yasmin, (2008), *Analisa Ekonomi Politik pada Jejaring Aktor Mengenai Ekonomi Kreatif di Bandung melalui Pendekatan Budaya*, Program Magister Studi Pembangunan Sekolah Arsitektur, Perencana, dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung, Bandung.
7. Litwin, Mark S., (2005), *The Survey Kit: How to Measure Survey Reliability and Validity*, SAGE Publications, London.
8. McGuinness, Mark, (2008), *Creative Management for Creative Teams*, London, www.wishfulthinking.co.uk.
9. Musrofi, M., (2008), *Creative Manager, Creative Entrepreneur*, PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta.
10. Simatupang, Togar M., (2008), *Perkembangan Industri Kreatif*, Sekolah

- Bisnis dan Manajemen, Institut Teknologi Bandung, Bandung.
11. Susanto, Sewan, (1980), *Seni Kerajinan Batik Indonesia*, Institut Teknologi Tekstil, Bandung.
12. Timpe. A. D. ed. (1992). *Kreativitas. Seri manajemen Sumber Daya Manusia*. Terjemahan oleh Soyan Cikmat. Jakarta: Elex Media Komputindo.
13. Walpole, R.E. & Myers, R.H., (1995), *Ilmu Peluang dan Statistika Untuk Insinyur dan Ilmuwan*, edisi ke 4, Terjemahan, ITB, Bandung.
14. <http://manageyourcreativity.com>. A *Fascination With Creativity*

LAMPIRAN

Tabel Rancangan Variabel, Sub Variabel, Indikator, dan Instrumen Penelitian SDM Kreatif

VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	INSTRUMEN	
CREATIVE PERSON	Motivasi	a. Alasan bekerja berdasarkan tingkat kebutuhan	angket, wawancara	
		b. Prestasi Kerja		
		-Kehadiran	dokumen	
			-Produktivitas (jumlah per satuan waktu)	dokumen
		c. Kepuasan pekerja		
		-Tingkat penghasilan	angket	
		-Beban keluarga	angket	
		-Jabatan	angket	
		-Fasilitas yang diterima	angket	
		d. Kompetensi		
		-Tingkat pendidikan	angket	
		-Jenjang pendidikan	angket	
		e. Pengalaman kerja		
		-Jenis pekerjaan	angket	
		-Masa Kerja	angket	
	-pengalaman kerja sebelumnya	angket		
	f. Pelatihan kerja			
	jenis, tahun, materi dan lama pelatihan	angket		
	jumlah pelatihan yang pernah diikuti dalam perusahaan	angket		
	g. senang dengan pekerjaan	angket		
	h. kreativitas			
	-Adanya gagasan baru/inovatif	angket, wawancara		
	-Kemampuan dalam memecahkan masalah	angket, wawancara		
	i. Hubungan dengan atasan/bawahan	angket		
	j. Hubungan dengan sesama karyawan	angket		
	k. Kemampuan komunikasi	angket, wawancara		