

**Analisis Kreativitas dan Inovasi Karyawan  
Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk****Supriyadi**Jurusan Manajemen – STIE STEMBI Bandung  
Email: [supriyadi@stembi.ac.id](mailto:supriyadi@stembi.ac.id)**Meilani Shintya Wardani Tresna**Jurusan Manajemen – STIE STEMBI Bandung  
Email : [meilani0525@gmail.com](mailto:meilani0525@gmail.com)**ABSTRAK**

**Tujuan\_** Untuk mengetahui kreativitas dan kemampuan inovasi karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk.

**Desain/Metode\_** Unit analisis penelitian ini adalah karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk. Teknik sampling menggunakan sampling jenuh dengan jumlah responden sebanyak 16 orang. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan wawancara. Untuk variabel kreativitas, jumlah item kuesioner sebanyak 12 item dan variabel kemampuan inovasi menggunakan 8 item kuesioner. Data diolah dengan menggunakan statistik deskriptif.

**Temuan\_** Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk termasuk dalam kategori kreatif dan kemampuan inovasinya termasuk dalam kategori inovatif.

**Implikasi\_** Disarankan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk harus lebih memperhatikan sumber faktor dari kreativitas karyawannya dan perusahaan harus memberikan ruang agar karyawan lebih bisa menyalurkan kreativitasnya, serta harus lebih memperhatikan keadaan karyawannya seperti pemberian insentif atau bonus agar karyawan lebih terdorong untuk selalu berinovasi kepada perusahaan.

**Originalitas\_** Penelitian ini adalah penelitian kreativitas dan inovasi karyawan yang pertama kali dilakukan di Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk dan merupakan penelitian yang pertama kali menggunakan kuantitatif deskriptif untuk penelitian dengan judul kreativitas dan inovasi karyawan.

**Tipe Penelitian\_** Studi Empiris yaitu studi lapangan atau studi yang berdasarkan kejadian lapangan.

**Kata Kunci :** Kreativitas Karyawan, Inovasi Karyawan.

**I. Pendahuluan**

Setiap Bank baik Bank Umum maupun Bank Swasta pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai, dan untuk mewujudkannya dibutuhkan alat-alat agar dapat tercapai. Alat-alat tersebut meliputi modal, sumber daya manusia, dan fasilitas lainnya. Salah satunya sumber daya manusia yang merupakan aset bagi sebuah perusahaan dimana sumber daya manusia ini harus dapat menunjang harapan-harapan perusahaannya. Jika sumber daya manusia tidak ada, maka perusahaan tersebut tidak akan berjalan. Untuk mengatur sumber daya manusia maka dibutuhkan manajemen agar sumber daya manusia tersebut dapat melaksanakan tugas-tugas yang diberikan perusahaan. Manajemen sumber daya manusia dibutuhkan agar individu-individu yang bekerja dalam perusahaan dapat melayani dengan baik kepada masyarakat dan publik. Pada penelitian sebelumnya oleh Dama dan Ogi (2018) bahwa manajemen sumber daya manusia adalah ilmu yang memfokuskan kepada pengelolaan, pemanfaatan, dan pengaturan sumber daya manusia dalam kegiatannya di suatu perusahaan, sehingga sumber daya manusia dapat berfungsi secara produktif. Dalam pencapaian

tujuan perusahaan, maka dibutuhkan sumber daya manusia yang berintelektual, yang handal, dan cakap dalam bekerja. Selain itu, sumber daya manusia harus memiliki kreativitas dan inovasi dalam bekerja.

Kreativitas sebagai kemampuan dalam berkhayal dan berimajinasi yang menghasilkan ide-ide kreatif untuk menciptakan suatu cara yang baru atau membuat sesuatu dengan langkah yang baru atau langkah yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Kreativitas berpikir dengan *out of the box* atau diluar nalar. Dengan berpikir secara kreatif maka akan menghasilkan temuan-temuan baru yang disebut dengan inovasi. Inovasi merupakan hal-hal yang baru atau yang sudah ada dimodifikasi menjadi sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya. Perbedaan antara kreativitas dan inovasi yaitu kreativitas lebih kepada langkah baru yang dilakukan, sedangkan inovasi adalah objek yang dihasilkan dari kreativitas tersebut.

Sebuah perusahaan atau bank pastinya mencari calon-calon pegawai yang memiliki kreativitas dan inovasi. Kreativitas dan inovasi ini dapat menjadi suatu langkah dalam pencapaian tujuan yang diinginkan perusahaan atau bank. Kreativitas dan inovasi dihasilkan oleh pegawai yang memang memiliki minat dan bakat yang tinggi terhadap perusahaan atau bank tempat dia bekerja. Pegawai tersebut pastinya sudah mengetahui tanggung jawabnya yaitu memajukan perusahaan tempat dia bekerja, baik dalam peningkatan profit maupun citra perusahaan itu sendiri.

Penelitian ini dilakukan pada karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk, dimana salah satu masalahnya adalah Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk sedang mengalami penurunan debitur dan *outstanding*. Inovasi karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk adalah melakukan modifikasi cara kerja yaitu dengan melakukan penggalan data terhadap nasabah-nasabah yang sudah lunas atau disebut Lunas Putus yaitu nasabah yang tidak mengajukan pinjaman lagi. Lalu, karyawan Bank BRI membandingkan data tahun sebelumnya dengan data tahun sekarang untuk kemudian karyawan mendatangi nasabah tersebut untuk melakukan pinjaman lagi. Oleh karena itu, karyawan berhasil meraih nasabah lagi dalam jumlah yang *massif* sehingga program tersebut dijadikan program nasional oleh semua BRI se-Indonesia agar diwajibkan untuk melakukan apa yang dilakukan oleh Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk. Saran tersebut berasal dari karyawan, karena setiap pagi sebelum aktivitas dilakukan, pimpinan dan bawahan melakukan *breafing* (diskusi) untuk kemudian ditindaklanjuti apa saja kira-kira yang terjadi lalu solusi atau langkah yang akan dilakukan untuk dapat mengatasi masalah-masalah yang terjadi. Ada kreativitas karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk yang menarik perhatian penulis yaitu Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk diberikan target dari kantor pusat untuk menaikkan laba secara instan karena laba Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk pada saat itu masih kurang dari target atau standar yang telah ditetapkan, lalu kreativitas yang dilakukan oleh karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk adalah melakukan penagihan penjaminan *claim* KUR (Kredit Usaha Rakyat) ke Asuradur yang notabene Bank-Bank lain hanya melakukan penagihan *door to door* kepada nasabah-nasabah yang bermasalah. Sehingga Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk menerima pembayaran yang luar biasa besar dan langsung mendapatkan laba secara instan pada waktu yang sedikit. Karena kreativitas karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk tersebut dijadikan diadopsi oleh Kantor Pusat dan sekarang semua unit Bank BRI se-Indonesia diwajibkan melakukan penagihan kepada Asuradur (Isya Iqbal, Kepala Unit BRI KCP Unit Pameungpeuk, 2018). Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ***Analisis Kreativitas Dan Inovasi Karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk***.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kreativitas karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk dan untuk mengetahui kemampuan inovasi karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk.

## II. Kajian Teori Kreativitas

Menurut Munandar dalam Dama dan Ogi (2018), kreativitas atau berfikir kreatif merupakan kemampuan untuk melihat berbagai kemungkinan penyelesaian suatu masalah, merupakan bentuk pemikiran yang sampai saat ini masih kurang mendapat perhatian. Menurut Djatmiko dan Nurtati (2014:30) menjelaskan bahwa kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (*generating something from nothing*). Seperti penerimaan pengetahuan, ingatan, dan penalaran (berfikir logis). Definisi yang menekankan pada *person* menyatakan: *Creativity refers to the abilities that are characteristic of creative people* (Guilford dalam Djatmiko dan Nurtati (2014:52)). Kreativitas menjadi faktor penting didalam organisasi, terutama pada kondisi dimana organisasi menghadapi lingkungan yang kompetitif. Inisiatif, dan implementasi dari ide kreatif meningkatkan kemampuan organisasi untuk merespon peluang yang ada. Peningkatan kinerja kreatif dari pekerja merupakan suatu keharusan jika organisasi ingin mencapai keunggulan kompetitifnya (Amabile dalam Nurfaizal, 2016).

Menurut Amabile dalam Nurfaizal (2016) mengemukakan ada 3 komponen dasar dari kreativitas, yaitu: (1) *Expertise* merupakan pengetahuan tentang teknik, prosedur dan intelektual; (2) *Creative-thinking skills* menentukan bagaimana secara fleksibel dan imajinatif orang mendekati *problem*; (3) *Motivation (Intrinsic Motivation)* adalah dorongan dari dalam untuk memenuhi tantangan. Amir (2017:60-61) mengemukakan beberapa karakter yang menjadi ciri orang kreatif:

- a. **Persistensi**  
Orang kreatif, umumnya persistensi, memiliki daya juang dan kebutuhan lebih tinggi untuk sebuah pencapaian, motivasi yang kuat dan semen moderat.
- b. **Pengetahuan dan Pengalaman**  
Orang kreatif memerlukan pengalaman dan membutuhkan pengetahuan baru, dan mereka pada umumnya memiliki kapasitas menyerap pengetahuan yang tinggi.
- c. **Imajinasi yang Bebas**  
Orang kreatif biasanya punya sifat kepribadian dan nilai-nilai yang mendukung imajinasi yang bebas.

Menurut Raudsepp dalam Darmawati (2017) menambahkan syarat-syarat seseorang disebut kreatif antara lain:

1. Sensitivitas kepada persoalan (*sensitivity to problem*)
2. Kesiapan dan kemampuan untuk menghasilkan sejumlah ide-ide besar (*fluency the ability to generate a large number of ideas*)
3. Fleksibilitas (*flexibility*)
4. Keaslian (*originality*)
5. Mau mendengarkan perasaan-perasaan orang (*responsiveness to feelings*)
6. Keterbukaan terhadap fenomena dibawah sadar (*openess to unconcies fenomena*)
7. Motivasi (*motivation*)
8. Bebas dari ketakutan akan kegagalan (*freedom from fear of failure*)
9. Kemampuan untuk berkonsentrasi (*the ability to concentrate*)
10. Berpikir dalam berbagai gambaran (*thinking in images*)
11. Kepandaian memilih (*selectivity*)

Kreativitas individual dipengaruhi oleh faktor internal, faktor eksternal serta interaksi antara faktor internal dan faktor eksternal (Shalley *et al* dalam Mustika, 2017):

- a. **Faktor Internal**  
Individu dengan kepribadian tertentu memiliki potensi yang lebih besar untuk menghasilkan kreativitas.
- b. **Faktor Eksternal**  
Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa kinerja kreatif tidak hanya merupakan fungsi individu tetapi juga lingkungan dimana ia bekerja (Amabile *et al* dalam Mustika, 2017).
- c. **Interaksi Faktor Internal dan Eksternal**  
Menurut pandangan interaksional yang dikemukakan oleh Woodman *et al* dalam Mustika (2017), kreativitas merupakan fenomena pada tingkat individu yang dapat dipengaruhi oleh watak dan variabel situasi. Menyelidiki interaksi antara watak individu dan faktor kontekstual dapat memprediksi kreativitas dengan lebih baik.

Kreativitas karyawan menjadi penting karena merupakan *starting point* atau permulaan inovasi (Amabile, Conti, Coon, Lazenby, & Herron 1996; Amabile 1997 dalam Mustika, 2017). Ketika karyawan menampilkan kinerja kreatif, ia menyarankan ide baru dan berguna bagi organisasi yang menjadi prasyarat untuk pengembangan dan pengimplementasian selanjutnya (Amabile *et al* dalam Mustika, 2017).

Menurut Kirton dalam Nasution dkk (2007:63) menggagas teori gaya kreativitas yang berhubungan dengan kreativitas dan pengambilan keputusan, terdapat 2 gaya kreativitas, yaitu:

1. **Adaptor-** membuat solusi yang lebih baik.
2. **Inventor-** menawarkan suatu solusi baru yang berbeda.

## Inovasi

Definisi inovasi menurut Roger dan Roger dalam Purba dalam Sujarwo (2017) menyatakan Inovasi biasanya dibatasi sebagai ide atau gagasan, praktek, dan objek atau benda yang dinyatakan baru oleh seorang individu. Arti lain dari inovasi adalah sesuatu yang disengaja, baru, perubahan khusus yang dianggap lebih manjur untuk mewujudkan tujuan dari suatu sistem. Robbins dalam Sujarwo (2017) menyatakan Inovasi merupakan pembaharuan, penemuan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan, metode, alat, produk atau yang lainnya. Pembaharuan ini berbeda dari yang sudah ada atau sudah dikenal sebelumnya. Inovasi menekankan pada ciri adanya sesuatu yang diamati sebagai hal yang baru bagi individu atau masyarakat.

Menurut Robbins dan Coulter (2015:205), terdapat definisi inovasi (*innovation*) adalah mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna.

Menurut Robert dalam Ellitan dan Anatan (2009:18) mengklarifikasi bahwa inovasi bukan hanya sekedar penemuan, tetapi lebih menekankan kepada ide-ide yang dibutuhkan untuk dipraktikkan, sedangkan penemuan perlu dikomersialisasikan untuk memperkenalkan inovasi. Dengan berkembangnya inovasi dari sisi fokus penelitian secara makro oleh para ahli, terdapat dua pendekatan yang berbeda mengenai konsep inovasi yang mereka kemukakan sebagai pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan inovasi. Pendekatan pertama adalah "*Innovation as a Process*", dimana inovasi didefinisikan dengan lebih menekankan pada proses inovasi dalam organisasi dan proses sosial yang menghasilkan inovasi sebagai kreativitas individu (*individual creativity*), budaya organisasi (*organization culture*), kondisi lingkungan (*environment context*), dan faktor-faktor sosio-ekonomi (*social and economic factors*) (Xu dkk,2009; Castro dkk, 2011 dalam Nurjanah, 2015).

Pendekatan kedua adalah "*Innovation as an Outcome*", dimana dikatakan bahwa inovasi adalah produk yang dibuat atau penciptaan produk yang memiliki nilai tambah. Dalam perspektif inovasi sebagai sebuah hasil (*an outcome*), inovasi dibagi menjadi dua jenis yaitu inovasi radikal dan inovasi inkremental, inovasi radikal adalah adanya teknologi yang mendorong inovasi (*technology push*) dalam menciptakan sesuatu yang baru bagi perusahaan dan juga untuk pasar atau pelanggan. Inovasi inkremental (*incremental innovation*) biasanya dikategorikan sebagai inovasi yang berorientasi pasar (*market pull*) karena ide-ide yang didapatkan dalam penciptaan produk baru berasal dari pasar, sehingga sering disebut sebagai produk yang berorientasi pasar atau *marketable product* (Darroch dan McNaughton dalam Nurjanah, 2015).

Menurut Nasution dkk (2007:71) menyatakan inovasi sebagai suatu proses dapat dibagi menjadi 4 tahap berikut:

1. *Discovery* – menemukan ide/gagasan baru berdasarkan hubungan-hubungan yang belum diketahui (rasa penasaran).
2. *Invention* – menemukan prinsip solusi teknis untuk penciptaan produk baru yang lebih baik, proses, material, atau penerapan produk yang ada pada bidang baru.
3. *Application* – perubahan dari solusi teknik pada suatu produk/jasa/proses.
4. *Diffusion* – penggunaan hasil inovasi oleh konsumen.

Rogers dalam Mudlofir dan Rusydiyah (2016: 253-255) mengemukakan karakteristik inovasi yang dapat memengaruhi cepat atau lambatnya penerimaan inovasi, antara lain sebagai berikut:

- a. Keuntungan Relatif  
Keuntungan relatif yaitu sejauh mana inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya.
- b. Kompatibel (*Compatibility*)  
Kompatibel adalah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai (*values*), pengetahuan lalu, dan kebutuhan lalu, dan kebutuhan dari penerima.
- c. Kompleksitas (*Coplexity*)  
Kompleksitas adalah tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima.
- d. Trialabilitas (*Trialability*)  
Trialabilitas adalah dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima.
- e. Dapat Diamati (*Observability*)  
Dapat diamati adalah mudah atau tidaknya suatu inovasi diamati proses atau hasilnya.

Menurut Robbins dan Coulter (2015:211), terdapat teknik-teknik untuk merangsang inovasi dimana kreativitas merupakan langkah awal dari terjadinya inovasi. Inovasi mengubah hasil dari proses kreatif itu menjadi produk atau metode kerja yang berguna. Variabel struktur yang penting mencakup struktur yang bertipe organik, sumber daya yang melimpah, seringnya komunikasi antarunit organisasi, tekanan waktu yang minimal, dan dukungan. Variabel budaya yang penting mencakup penerimaan terhadap ambiguitas, toleransi terhadap cara yang tidak praktis, menjaga kendali eksternal yang minimal, menoleransi risiko, menoleransi konflik, berfokus pada hasil ketimbang cara, menggunakan fokus pada sistem terbuka, memberikan umpan balik yang positif, dan menjadi pemimpin yang memberdayakan. Variabel sumber daya manusia yang penting mencakup komitmen yang tinggi terhadap pelatihan dan pengembangan, keamanan pekerjaan yang tinggi, dan mendorong individu untuk menjadi juara ide.

### III. Metode Penelitian

Penelitian ini mengambil objek yaitu kreativitas dan inovasi. Subjeknya yaitu karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk sebagai unit analisis dan pimpinan sebagai unit pengamatan. Menggunakan jenis desain penelitian kuantitatif deskriptif. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan deduktif. Teknik sampling yang

digunakan yaitu sampel jenuh, dengan jumlah responden yaitu 16 orang. Teknik pengumpulan data yaitu data primer, data didapat dari Kepala Cabang Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk. Jenis data adalah jenis *cross section* karena data diambil hanya satu kali atau satu waktu. Lalu data diambil melalui dua cara yaitu dengan wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan wawancara membantu menjelaskan fenomena kreativitas dan inovasi karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan kuesioner membantu untuk mengetahui dengan pasti variabel yang dianalisis dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden. Tulisan ini menggunakan studi empiris yang artinya teknik pengumpulan data menggunakan studi lapangan atau studi berdasarkan kejadian lapangan.

Untuk mengukur variabel Kreativitas digunakan indikator tingkat sensitivitas karyawan pada persoalan, tingkat kesiapan untuk menghasilkan sejumlah ide-ide besar, tingkat kemampuan untuk menghasilkan sejumlah ide-ide besar, tingkat fleksibilitas terhadap perubahan-perubahan baru, tingkat keaslian gagasan, tingkat mau mendengarkan perasaan-perasaan orang, tingkat keterbukaan terhadap fenomena perubahan, tingkat dorongan untuk mencapai keberhasilan, tingkat bebas ketakutan dari kegagalan, tingkat kemampuan untuk konsentrasi, tingkat dapat menggambarkan apa yang dipikirkan, dan tingkat kepandaian memilih cara yang terbaik. Lalu untuk mengukur variabel Inovasi digunakan indikator pembaharuan gagasan, pembaharuan metode, pembaharuan alat, pembaharuan produk, penemuan gagasan baru, penemuan metode baru, penemuan alat baru, dan penemuan produk baru. Dapat dilihat dalam tabel Operasionalisasi Variabel sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Operasionalisasi Variabel Kreativitas**

Dimensi	Indikator
1. <i>Sensitivity to problem</i>	1. Tingkat sensitivitas pada persoalan
2. <i>Fluency to generate a large number of ideas</i>	2. Tingkat kesiapan untuk menghasilkan sejumlah ide-ide besar
3. <i>Ability to generate a large number of ideas</i>	3. Tingkat kemampuan untuk menghasilkan sejumlah ide-ide besar
4. <i>Fleksibility</i>	4. Tingkat fleksibilitas terhadap perubahan-perubahan baru
5. <i>Originality</i>	5. Tingkat keaslian gagasan
6. <i>Responsiveness to feelings</i>	6. Tingkat mau mendengarkan perasaan-perasaan orang
7. <i>Openess to unconcies fenomena</i>	7. Tingkat keterbukaan terhadap fenomena perubahan
8. <i>Motivation</i>	8. Tingkat dorongan untuk mencapai keberhasilan
9. <i>Freedom from fear of failure</i>	9. Tingkat bebas dari ketakutan akan kegagalan
10. <i>The ability to concentrate</i>	10. Tingkat kemampuan untuk konsentrasi
11. <i>Thinking in images</i>	11. Tingkat dapat menggambarkan apa yang dipikirkan
12. <i>Selectivity</i>	12. Tingkat kepandaian memilih cara yang terbaik

Sumber: Darmawati (2017)

**Tabel 2**  
**Operasionalisasi Variabel Inovasi**

Dimensi	Indikator
Pembaharuan	1. Pembaharuan gagasan
	2. Pembaharuan metode

	3. Pembaharuan alat
	4. Pembaharuan produk
Penemuan Sesuatu yang Baru	1. Penemuan gagasan baru
	2. Penemuan metode baru
	3. Penemuan alat baru
	4. Penemuan produk baru

Sumber: Sujarwo (2017)

#### IV. Hasil Dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk lalu responden dapat diperinci berdasarkan bagian pekerjaan, jenis kelamin, lama bekerja, dan pendidikan terakhir.

#### Analisis Pengujian Statistik

##### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan kevalidan atau ketepatan dari suatu item pernyataan ataupun pertanyaan dari variabel yang diteliti oleh peneliti. Suatu item pernyataan atau pertanyaan dinyatakan valid atau tepat jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , sebaliknya jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  maka item pernyataan atau pertanyaan dinyatakan tidak valid. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 16 responden.  $R_{\text{tabel}}$  pada penelitian ini adalah 0,532 ( $df = n-k-1$  atau  $df = 16-1-1$ ) dengan  $\alpha = 0,05$ . Hasil uji validitas disajikan sebagai berikut:

##### Variabel Kreativitas (X)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Kreativitas (X) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X**

Kreativitas (X)			
Nomor Item Pernyataan	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
P1	0,702	0,532	Valid
P2	0,666	0,532	Valid
P3	0,702	0,532	Valid
P4	0,791	0,532	Valid
P5	0,666	0,532	Valid
P6	0,766	0,532	Valid
P7	0,702	0,532	Valid
P8	0,791	0,532	Valid
P9	0,673	0,532	Valid
P10	0,766	0,532	Valid
P11	0,736	0,532	Valid
P12	0,673	0,532	Valid

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa uji validitas instrumen variabel Kreativitas (X) untuk seluruh instrumen sebanyak 12 item pernyataan dikatakan valid, maka hasil penelitian dapat diolah lebih lanjut.

**Variabel Inovasi (Y)**

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas variabel Inovasi (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Inovasi (Y)			
Nomor Item Pernyataan	r <sup>-hitung</sup>	r <sup>-tabel</sup>	Keterangan
P1	0,745	0,532	Valid
P2	0,735	0,532	Valid
P3	0,745	0,532	Valid
P4	0,634	0,532	Valid
P5	0,735	0,532	Valid
P6	0,727	0,532	Valid
P7	0,622	0,532	Valid
P8	0,708	0,532	Valid

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa uji validitas instrumen variabel Inovasi (Y) untuk seluruh instrumen sebanyak 8 item pernyataan dikatakan valid, maka hasil penelitian dapat diolah lebih lanjut.

**b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan kereliabelan atau kekonsistenan dari suatu variabel yang diteliti oleh peneliti. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau konsisten jika memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) lebih dari 0,6. Hasil uji reliabilitas disajikan sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Uji Reliabilitas Variabel**

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> ( $\alpha$ )	Keterangan
1	Kreativitas	0,829	Reliable
2	Inovasi	0,622	Reliable

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel menunjukkan  $\alpha > 0,6$ , sehingga dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan reliabel atau konsisten atau dengan kata lain kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan layak untuk digunakan.

**Pembobotan**

Untuk mengukur Kreativitas dan Inovasi karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk, peneliti membuat ukuran atau bobot dalam menilainya, seperti pada tabel berikut:

**Tabel 6**  
**Pembobotan**

Distribusi Frekuensi	Kategori
16-28	Tidak Kreatif/Tidak Inovatif
29-41	Kurang Kreatif/Kurang Inovatif

42-54	Agak Kreatif/Agak Inovatif
55-67	Kreatif/Inovatif
68-80	Sangat Kreatif/Sangat Inovatif

**Bobot Kreativitas (X)**

Kreativitas karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk diukur dengan menggunakan 12 indikator yang dijabarkan dalam 12 item pernyataan berikut hasil yang tercantum pada tabel 7:

**Tabel 7**  
**Bobot Kreativitas Karyawan**  
**Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk**

Indikator	Bobot	Presentase Pencapaian	Kategori
1	68	85%	Sangat Kreatif
2	62	77,5%	Kreatif
3	68	85%	Sangat Kreatif
4	69	86,25%	Sangat Kreatif
5	62	77,5%	Kreatif
6	65	81,25%	Kreatif
7	68	85%	Sangat Kreatif
8	69	86,25%	Sangat Kreatif
9	66	82,5%	Kreatif
10	65	81,25%	Kreatif
11	66	82,5%	Kreatif
12	66	82,5%	Kreatif
<b>Total</b>	794		
<b>Rata-rata</b>	66.16667	82,7%	Kreatif

Berdasarkan tabel diatas, dapat terlihat bahwa kreativitas karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk termasuk dalam kategori kreatif dengan rata-rata bobot 66,16667 dan presentase pencapaiannya sebesar 82,7% artinya dengan karyawan yang kreatif, Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk dapat meningkatkan profit dan mencapai sasaran perusahaan.

**Bobot Inovasi (Y)**

Inovasi karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk diukur dengan menggunakan 8 indikator yang dijabarkan dalam 8 item pernyataan, berikut merupakan hasil yang tercantum pada tabel 8:

**Tabel 8**  
**Bobot Kemampuan Inovasi Karyawan**  
**Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk**

Indikator	Bobot	Presentase	Kategori
1	62	77,5%	Inovatif
2	61	76,25%	Inovatif
3	62	77,5%	Inovatif
4	61	76,25%	Inovatif
5	61	76,25%	Inovatif
6	65	81,25%	Inovatif
7	59	73,75%	Inovatif
8	60	75%	Inovatif
<b>Total</b>	491		
<b>Rata-rata</b>	61.375	76,71%	Inovatif

Berdasarkan tabel diatas, dapat terlihat bahwa kemampuan inovasi karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk termasuk dalam kategori inovatif dengan rata-rata bobot 61,375 dan presentase pencapaian sebesar 76,71% artinya dengan karyawan yang memiliki kemampuan inovatif sehingga dapat membantu Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk dalam mencapai tujuan atau sasaran perusahaan dan dapat meningkatkan citra Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk.

## V. Penutup

### Kesimpulan

Setelah dilakukan pengujian terhadap item pernyataan dan variabel dengan menggunakan Program SPSS Versi 23 maka dari hasil pembahasan yang penulis teliti, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

- Kreativitas karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk termasuk dalam kategori kreatif.
- Kemampuan inovasi karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk dalam kategori inovatif.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan diatas, maka dapat ditarik sebuah saran yaitu:

- Mengingat tingginya kreativitas karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk, maka Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk harus memperhatikan sumber faktor yang dapat mempengaruhi kreativitas karyawannya dan memberikan ruang bagi karyawan untuk bisa menyalurkan kreativitasnya.
- Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tingginya inovasi karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk, maka Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk harus lebih memperhatikan keadaan karyawannya seperti pemberian insentif atau bonus agar karyawan Bank BRI KCP Unit Pameungpeuk terdorong untuk selalu berinovasi kepada perusahaan.

### Daftar Pustaka

- Amir, M Taufiq. 2017. "Perilaku Organisasi". Edisi Pertama. Kencana: Jakarta.
- Dama, J. dan Ogi, Imelda W.J. 2018. "The Influence of Innovation and Creativity on Employee Performance at Bank Mandiri (Persero) TBK. Manado". Jurnal EMBA. Vol. 6 No. 1 pp 41-50. Melalui <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/18759/18301>
- Darmawati, Hj. D. Made. 2017. "Kewirausahaan". PT. Rajagrafindo Persada: Depok.

- Djarmiko, M. Budi. dan Nurtati. 2014. "Kewirausahaan". Cetakan 1. STEMBI-Bandung Business School: Bandung.
- Ellitan, Lena dan Anatan, Lina. 2009. "MANAJEMEN INOVASI, Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia". Penerbit ALFABETA: Bandung.
- Mudlofir, H Ali dan Rusydiyah, Hj Evi Fatimatur. 2016. "DESAIN PEMBELAJARAN INOVATIF, Dari Teori ke Praktik". PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Mustika, Mona Satria. 2017. "Pengaruh Kepribadian Proaktif Pada Kreativitas Karyawan Dengan Kepemimpinan Transformasional Dan Autonomi Kerja Sebagai Variabel Pemoderasi". Jurnal Bisnis Darmajaya. Vol. 3 No. 2. Melalui <https://jurnal.darmajaya.ac.id>
- Nasution, Arman Hakim dkk. 2007. "Entrepreneurship, Membangun Spirit Teknopreneurship". Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Nurfaizal, Yusmedi. 2016. "Creative Psychological Capital" Jurnal Pro Bisnis. Vol. 9 No. 2. Melalui <https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/probisnis/article/view/442>
- Nurjanah, Siti. 2015. "Peranan Manajemen Inovasi Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Pendidikan". CBAM. Vol. 2 No. 1. Melalui <https://jurnal.unissula.ac.id>
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2015. "Manajemen". Edisi Ketigabelas. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Sujarwo, Anton. 2017. "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Perilaku Inovatif Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada LKP Alfabank Semarang)". INFOKAM. No. 1. Melalui <http://download.portalgaruda.org>

### Lampiran 1. Kuesioner

#### Pernyataan untuk Variabel Kreativitas

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya adalah orang yang peka terhadap sesuatu yang berpotensi menjadi masalah					
2.	Saya selalu ingin memberikan ide-ide terbaik saya untuk perusahaan					
3.	Saya mampu memberikan ide-ide baru untuk perusahaan					
4.	Saya dapat beradaptasi dengan segala perubahan yang terjadi di perusahaan					
5.	Gagasan yang biasa saya sampaikan merupakan gagasan murni hasil buah pemikiran sendiri					
6.	Saya selalu antusias untuk mendengarkan keluhan kesah orang lain					
7.	Saya adalah orang yang terbuka dalam menerima perubahan lingkungan					
8.	Saya adalah orang yang memiliki dorongan tinggi untuk mencapai keberhasilan					
9.	Saya selalu optimis untuk sukses dan tidak takut untuk gagal					
10.	Saya memiliki kemampuan konsentrasi yang tinggi dalam bekerja					
11.	Saya dapat menggambarkan apa yang dipikirkan					
12.	Saya pandai dalam memilih solusi yang terbaik atas masalah di tempat kerja					

**Pernyataan untuk Variabel Inovasi**

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya dapat mengubah pemikiran lama menjadi gagasan baru					
2.	Saya mampu mengubah cara lama menjadi cara baru yang lebih baik					
3.	Saya dapat menambah nilai fungsi alat kantor di perusahaan					
4.	Saya dapat memodifikasi produk lama menjadi produk baru yang berbeda dari yang lain					
5.	Saya senang mencari ide-ide baru					
6.	Saya dapat menciptakan cara baru dalam bekerja					
7.	Saya dapat menciptakan alat kerja baru di tempat kerja					
8.	Saya dapat menciptakan produk baru yang lebih baik dan bermanfaat					