

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

A. Landasan teori

A. Inovasi

1. Definisi Inovasi

Kata inovasi berasal dari kata latin, *innovation* yang berarti pembaruan dan perubahan. Kata kerjanya adalah *innova* yang artinya memperbaiki dan mengubah.

Menurut KBBI, inovasi adalah “penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya” (gagasan, metode, atau alat) (<http://kbbi.web.id/>).

Wiratno (2014: 36) mengemukakan bahwa “inovasi memerlukan pencarian kesempatan baru, yang dapat berupa perbaikan barang dan jasa yang ada atau menciptakan barang dan jasa yang baru. Inovasi juga merupakan kemampuan mengkombinasikan unsur - unsur produksi yang ada dengan cara baru dan lebih baik”.

Mukhtar (2016: 24) mengemukakan bahwa “Inovasi dapat diartikan sebagai proses dan atau hasil pengembangan dan pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan/atau jasa), proses, dan sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial)”

Kata inovasi di atas menunjukkan “proses” dan “hasil” pengembangan atau pemanfaatan mobilisasi pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan jasa) yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan. Suatu inovasi dapat bersifat baru bagi individu atau perusahaan, baru bagi pasar, bagi negara atau daerah dan bagi dunia.

Menurut Suryana (2014:54), inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Inovasi merupakan timbulnya sesuatu hal yang baru, misalnya berupa sebuah ide baru, sebuah teori baru, sebuah hipotesis baru, atau sebuah metode baru untuk manajemen sebuah organisasi dan usaha.

Inovasi sebagai suatu “obyek” juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Biasanya, beragam tingkat kebaruannya dapat dibedakan, bergantung pada konteksnya. Suatu inovasi dapat bersifat baru bagi suatu perusahaan, baru bagi pasar, negara maupun daerah, serta secara global. Sementara itu, inovasi sebagai suatu “aktivitas” merupakan proses penciptaan inovasi, seringkali diidentifikasi dengan komersialisasi suatu invensi.

Dalam UU no 19 tahun 2002, Inovasi yakni berbagai kegiatan atau aktivitas penelitian, pengembangan, serta atau perekayasaan yang dilakukan untuk dapat pengembangan penerapan praktis nilai serta juga konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau juga cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan serta teknologi yang sudah ada ke dalam produk atau juga proses produksinya.

Menurut Fontana (Mukhtar, 2016: 26) inovasi merupakan keberhasilan ekonomi berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara – cara lama dalam mentransformasi input menjadi output yang dapat menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang dan/atau jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen. Kemudian inovasi dalam konteks lebih luas bahwa inovasi yang berhasil mengandung arti tidak saja keberhasilan ekonomi melainkan juga keberhasilan sosial. Inovasi

yang berhasil adalah inovasi yang menciptakan nilai besar untuk konsumen, untuk komunitas, dan lingkungan pada saat yang sama.

Sehingga penulis menyimpulkan dari berbagai definisi di atas, maka inovasi bukan hanya sebuah hasil dari temuan baru tetapi juga merupakan proses dari penggunaan pengetahuan, ketrampilan untuk menemukan sesuatu yang baru berupa produk maupun alat yang secara fisik dapat dilihat maupun cara, sistem, nilai dan bahkan pengetahuan.

2. Sumber dan Jenis Inovasi

Inovasi menjadi kata yang sangat populer dalam berbagai tingkatan kehidupan manusia, baik sebagai anggota organisasi, pemerintah, swasta maupun sebagai individual. Inovasi di jadikan sebagai pengungkit pemikiran dalam rangka menemukan cara atau metode yang paling menguntungkan dalam memecahkan suatu masalah.

Makmur dan Thanier (2015: 2-8) mengemukakan bahwa inovasi bisa bersumber dari:

1. Pola pikir individu (*thinking*)
Inovasi bisa timbul dari proses berfikir dan mengamati dalam kehidupannya baik di lingkungan keluarga maupun organisasi. Fungsi berpikir atau *thinking* yang terukur kemudian dapat dikembangkan lebih lanjut melalui pendidikan dan pelatihan
2. Hasil pembinaan, pengembangan dan pelatihan yang di ciptakan oleh organisasi
Organisasi dapat menjadi sumber terciptanya inovasi melalui pembinaan, pengembangan dan pelatihan yang dilakukan untuk meningkatkan kompetensi pegawai. Dengan program pembinaan yang tepat akan memberikan pengetahuan baru kepada pegawai sehingga akan merangsang proses berfikir pegawai dalam menemukan cara cara yang inovatif dalam mengerjakan pekerjaannya.

3. Budaya dan iklim organisasi

Budaya dan iklim organisasi yang diciptakan organisasi dapat menjadi sumber inovasi karena mengutamakan dan mendorong karyawan menerima pengetahuan baru, ide dan usul yang inovatif agar kinerja organisasi meningkat.

Setelah itu menurut Makmur dan Thahier (2016:74-77) membagi inovasi dalam 4 jenis yaitu: 1). Penemuan (*Invention*) merupakan kreasi suatu produk, jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep ini cenderung disebut revolusioner. 2) pengembangan (*Extension*) merupakan pengembangan suatu produk, jasa, atau proses yang sudah ada. atau menjadi aplikasi ide yang telah ada berbeda. 3) Duplikasi (*Duplication*) merupakan peniruan suatu produk, jasa, atau proses yang telah ada. Meskipun demikian duplikasi bukan semata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangkan persaingan. 4) Sintesis (*Synthesis*) merupakan perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

Masih menurut Makmur dan Thahier (2016:23-25) ke empat jenis inovasi di atas hadir dalam berbagai cara di dalam masyarakat dan organisasi, yaitu:

1. Sebuah Inovasi hadir sebagai pengetahuan baru bagi masyarakat dalam sebuah sistem sosial tertentu. Pengetahuan baru ini merupakan faktor penting penentu perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat
2. Cara Baru Inovasi juga dapat berupa cara baru bagi individu atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan atau menjawab masalah tertentu. Cara baru ini merupakan ini merupakan pengganti cara lama yang sebelumnya berlaku.
3. Objek Baru Suatu inovasi merujuk pada adanya objek baru untuk penggunaannya. Objek baru ini dapat berupa fisik (tangible) atau tidak berwujud fisik (intangible).
4. Teknologi Baru Inovasi sangat identik dengan kemajuan teknologi. Banyak contoh inovasi yang hadir dari hasil kemajuan teknologi. Indikator kemajuan dari suatu produk teknologi yang inovatif biasanya dapat dikenali dari fitur-fitur yang melekat pada produk tersebut
5. Penemuan Baru Hasil semua inovasi merupakan hasil penemuan baru. Inovasi merupakan produk dari sebuah proses yang sepenuhnya bekerja dengan kesadaran dan kesengajaannya.

Ancok dalam rahayuningsih (2017:4-5) mengemukakan jenis-jenis inovasi pada organisasi sebagai berikut:

1. Inovasi Produk Inovasi ini berangkat dari adanya perubahan pada desain dan produk suatu layanan yang mana membedakan dengan produk layanan terdahulu atau sebelumnya.
2. Inovasi Proses Inovasi ini merujuk pada adanya pembaharuan kualitas yang berkelanjutan dan adanya perpaduan antara perubahan, prosedur, kebijakan, dan pengeorganisasian yang diperlukan organisasi dalam melakukan inovasi.
3. Inovasi Metode Pelayanan Inovasi ini merupakan adanya perubahan yang baru dalam aspek interaksi yang dilakukan pelanggan atau adanya cara yang baru dalam menyediakan atau memberikan suatu layanan.
4. Inovasi strategi atau kebijakan Inovasi ini merujuk pada pada aspek visi, misi, tujuan, dan strategi baru dan juga menyangkut realitas yang muncul sehingga diperlukan suatu strategi dan kebijakan baru.
5. Inovasi Sistem Kebaruan dalam konteks interaksi atau hubungan yang dilakukan dengan pihak aktor lain dalam rangka suatu perubahan pengelolaan organisasi.

3. Dimensi Inovasi

Inovasi tidak timbul dengan sendirinya, terdapat bagian-bagian atau dimensi yang mendukung inovasi dapat terbentuk dengan sempurna. Ketidak lengkapan dimensi-dimensi ini akan membuat proses inovasi terhambat. Kalaupun muncul, mungkin tidak mampu memberi manfaat bagi organisasi.

Menurut Jawwad, dalam Rahayuningsih (2017:4-5) mengemukakan 3 dimensi inovasi yaitu, struktur, budaya dan praktik sumber daya manusia di dalam organisasi. Dimensi Inovasi merupakan kelompok besar dari berbagai bentuk dan jenis inovasi.

Faktor – faktor yang terbentuk dalam ketiga dimensi tersebut adalah:

1. Dimensi struktur pada inovasi, diantaranya yaitu:
 - a. Ketersediaan sumber daya yang kaya memberikan pondasi utama bagi inovasi
 - b. Komunikasi yang sering antar unit membantu menghancurkan penghambat inovasi
 - c. Organisasi yang inovatif berupaya meminimalisasi ketekanan waktu yang minimal/ekstrem terhadap kegiatan kreatif
 - d. Kinerja kreatif seorang anggota organisasi diperkaya saat suatu struktur organisasi secara eksplisit mendukung kreatifitas
2. Dimensi budaya pada inovasi, diantaranya yaitu:
 - a. Menerima ambiguitas
 - b. Menoleransi resiko
 - c. Menoleransi konflik
 - d. Berfokus pada hasil bukan cara
 - e. Berfokus pada sistem terbuka
3. Dimensi sumber daya pada inovasi, diantaranya yaitu:
 1. Organisasi yang inovatif secara aktif memajukan pelatihan dan pengembangan anggota mereka agar pengetahuan mereka berkembang
 2. Memberikan keamanan dan kenyamanan yang tinggi kepada anggota organisasi guna mengurangi kecemasan akan dikeluarkan dari organisasi akibat melakukan kesalahan dan mendorong individu menjadi pejuang ide

d. Indikator Inovasi

Indikator digunakan agar variabel dapat diukur dengan tepat. Sebagai alat ukur indikator harus mampu di terjemahkan dalam instrumen penelitian atau kuisisioner. Indikator dalam penelitian ini menggunakan dimensi yang di kemukakan oleh Stephen Robbins dalam Rahayuningsih (2017:4-5).

Indikator inovasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Dimensi struktur pada inovasi, diantaranya yaitu:
 - 1) Ketersediaan sumber daya
 - 2) Komunikasi yang Intens
 - 3) Organisasi yang inovatif
 - 4) Kinerja kreatif anggota organisasi

2. Dimensi budaya pada inovasi, diantaranya yaitu:
 - a. Menerima ambiguitas
 - b. Menoleransi resiko
 - c. Menoleransi konflik
 - d. Berfokus pada hasil bukan cara
 - e. Berfokus pada sistem terbuka
3. Dimensi sumber daya pada inovasi, diantaranya yaitu:
 - 1) Organisasi yang inovatif secara aktif memajukan pelatihan dan pengembangan anggota
 - 2) Organisasi Memberikan keamanan kerja yang tinggi

2. Kreatifitas

1. Pengertian Kreatifitas

Kreativitas tidak dapat dilepaskan dari aktivitas di dalam kehidupan manusia. Kreativitas akan muncul karena adanya semangat terhadap aktivitas yang sedang dilakukan sehingga seorang individu ingin melakukan aktivitas itu sebaik mungkin.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta (daya cipta) (<http://kbbi.web.id>) atau dapat di katakana daya cipta atau kreativitas adalah proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan baru atau hubungan baru antara gagasan yang sudah ada. Pemikiran yang berdayacipta (*creative thinking*) biasanya dianggap memiliki keaslian dan kepantasan.

Hadiyati (2014:33) menyatakan bahwa atribut orang kreatif adalah “memiliki rasa ingin tahu, optimis, fleksibel, mencari solusi dalam masalah, orisinil dan suka berimajinasi”. Menurut Zimmerer dan Scarborough dalam makmur dan Thahier (2015:237) kreativitas adalah “kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang”. Adapun menurut Baldacchino dalam Hadiyati (2014:95) “kemampuan kreatif seorang wirausaha yang dijadikan

dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses”. Berdasarkan beberapa teori kreativitas di atas, secara singkat kreativitas adalah kemampuan berpikir yang dimiliki oleh setiap orang untuk menemukan hal-hal yang baru.

Dari penjelasan di atas maka penulis menyimpulkan bahwa kreatifitas adalah kemampuan yang dapat menciptakan hal baru untuk memecahkan masalah untuk mencari peluang menuju sukses.

2. Sumber dan dimensi kreatifitas

Manusia bekerja dan berfikir dalam menghadapi gejala sosial dan gejala alam. Gejala sosial dalam organisasi adalah bekerja dan belajar, dan keduanya membutuhkan pola pikir kreatif, kritis dan analitis. Berfikir kreatif adalah melihat masa depan dan memahami saling hubungan antar objek serta mengetahui sebab akibat suatu objek.

Kreatifitas, menurut Barbara Clark dalam Darsono dan Dewi (2016:104-105) mengemukakan sumber-sumber inovasi sebagai berikut:

- A. Penginderaan atau *sensing* yang bertumpu pada bakat
Penginderaan berkaitan erat dengan aktivitas otak. Otak kanan merupakan bagian otak yang fungsinya sangat erat dengan kreatifitas.
- B. Proses Berfikir yang terukur dan dikembangkan melalui pendidikan dan pelatihan
Kreatifitas adalah suatu proses yang terdapat dorongan dan hambatan di dalamnya. Pendorong kreatifitas bisa berasal dari pelatihan dan pendidikan yang diikuti.
- C. Perasaan atau *feeling*
Perasaan adalah kondisi emosional tanggapan terhadap informasi lingkungan yang diserap oleh individu. Ada lingkungan yang

memberikan stimulus sangat baik untuk mendorong kreatifitas, sehingga perasaan seseorang akan terbawa menjadi kreatif.

D. Intuisi atau alam bawah sadar

Intuisi akan menjadi sumber kreatifitas apabila dikembangkan dan di dorong oleh kemauan dari dalam diri atau intervensi dari lingkungan eksternal.

Selain sumber, kreatifitas dapat muncul dalam berbagai dimensi, menurut Penelitian Hadiyati (2014:17) berhasil menunjukkan bahwa kreatifitas memiliki berbagai dimensi, yaitu:

1. memiliki rasa ingin tahu, optimis, fleksibel, mencari solusi dalam masalah, orisinil dan suka berimajinasi. Dimensi ini memiliki beberapa indikator, diantaranya:
 - a. Keingintahuan mencoba produk baru
 - b. Keinginan mencari informasi yang bermanfaat
2. Memiliki Rasa Optimis, dimensi ini memiliki indikator sebagai berikut:
 - a. Rasa optimis terhadap produk yang ditawarkan
 - b. Rasa optimis terhadap kemampuan
3. Memiliki Fleksibilitas yang lebih tinggi, dimensi ini memiliki indikator:
 - a. Tingkat adaptasi terhadap perubahan
 - b. Menerima terhadap masukan dari luar
4. Memiliki kemampuan mencari Solusi, dimensi ini memiliki indikator:
 - a. Mencari solusi dalam memecahkan masalah
 - b. Solusi terbaik yang diterapkan
5. Memiliki kemampuan berimajinasi, dimensi ini memiliki indikator:
 - a. Tingkat imajinasi untuk memajukan usaha
 - b. Sering menggunakan imajinasi
6. Memiliki keberanian mengambil resiko, dimensi ini memiliki indikator:
 1. Senang terhadap tantangan
 2. Menerima kemungkinan terjadi kegagalan

Bowd, McDougall dalam Mukhtar (2016:30) menjelaskan beberapa ciri aspek kognitif yang diperlukan untuk menghasilkan pemikiran kreatif yang meliputi:

1. *Fluency*, yaitu kelancaran menjawab pertanyaan
2. *Flexibility*, yaitu kemampuan menghasilkan gagasan yang tidak biasa
3. *Originality*, yaitu kemampuan melihat dari sudut pandang yang berbeda dan menghasilkan ide yang original
4. *Elaboration*: yaitu kemampuan mengelaborasi konsep dan mengimplementasikannya

5. *Visualization*, yaitu kemampuan memvisualisasikan sebuah konsep
6. *Trnsformation*, yaitu kemampuan mengubah suatu benda/gagasan menjadi atau ke dalam objek lain serta mampu melihat makna dan manfaat dengan cara baru
7. *Intuition*, yaitu kemampuan melihat hubungan atau ikatan suatu hal dengan hal lain dalam kondisi informasi tersebut terbatas
8. *Synthesis*, yaitu kemampuan mengkombinasikan bagian – bagian ke dalam keseluruhan sistem.

3. Strategi Mengembangkan Kreatifitas

Kreatifitas bukanlah sesuatu yang statis atau bersifat tetap. Kreatifitas dapat mengendur atau hilang karna berbagai hal. Diantaranya, budaya organisasi yang kurang mendukung, pimpinan yang otoriter dan bahkan tidak dibukanya kesempatan untuk berkreatifitas.

Musrofi (2017:1) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa untuk dapat mengembangkan diri menjadi pribadi yang penuh kreatifitas, maka individu maupun organisasi dapat mengambil beberapa strategi, diantaranya:

1. Memahami arti penting potensi diri atau bakat dengan cara selalu menggali potensi diri dengan tidak takut mencoba banyak hal dan mengaktualisasikan ide atau gagasan yang ada
2. Mengenali potensi diri dengan cara mengenali aktivitas yang di senangi dan banyak di ikuti.
3. Mengungkapkan ide dan karya yang timbul dari potensi diri
4. Membuat prioritas ide dan karya
5. Mengaktualisasikan setiap ide dan gagasan serta tidak takut pada kegagalan

Kelly dalam Rahayuningsih (2017:9) menjelaskan strategi pengembangan kreatifitas di dalam organisasi dapat dilakukan strategi curah pendapat. Strategi curah pendapat merupakan mesin ide bagi suatu tim atau kelompok kerja. Semakin produktif sebuah kelompok, semakin mereka mampu bercurah pendapat. Strategi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu:

1. Mempertajam fokus, curah pendapat yang baik dimulai dengan mampu menyatakan masalah dengan jelas, berupa pertanyaan yang jelas dan spesifik.
2. Membuat aturan curah pendapat yang menyenangkan untuk mendorong orang mengeluarkan ide dan gagasan secara bebas, bukan aturan yang menghambat dan mengkritik ide. Aturan tersebut di tempelkan agar dapat di baca oleh semua orang.

3. Memberikan nomer pada ide yang telah di sampaikan untuk memotivasi anggota kelompok yang lain mengungkapkan ide dan mengetahui rekan jejak ide apa saja yang pernah di sampaikan.
4. Fasilitator curah pendapat memahami moment dalam membangun dan melompoat, mampu mengembangkan percakapan, membangun kemauan dan keberanian pada tahap tahap awal dan sebaliknya ketika energi melemah mampu membangkitkan semangat para anggota dalam memberikan ide.
5. Membuat ruang ide atau wadah/tempat untuk menampilkan ide dan gagasan agar dapat dilihat semua orang. Misanya dengan menempeli dinding dengan kertas putih agar ide yang muncul dapat di tuliskan.
6. Melakukan relaksasi mental sebelum melakukan curah pendapat, seperti melakukan permainan yangd apat mencairkan suasana pikiran maupun hubungan dalam kelompok.
7. Melakukan secara fisik/langsung misalnya dengan memvisualisasikan ide dalam bentuk sketsa, diagram dan bentuk fisik lain.

d. Indikator Kreatifitas

Kreatifitas merupakan konsep yang luas, oleh karena itu untuk untuk dapat diukur dengan tepat, kreatifitas memerlukan beberapa indikator.

Indikator kreatifitas dalam penelitian ini, mengambil dari Bowd, McDougall dalam Rahayuningsih (2016:7), yaitu:

1. *Fluency*, yaitu kelancaran menjawab pertanyaan.
2. *Flexibility*, yaitu kemampuan menghasilkan gagasan yang tidak biasa.
3. *Originality*, yaitu kemampuan melihat dari sudut pandang yang berbeda dan menghasilkan ide yang original.
4. *Elaboration*: yaitu kemampuan mengelaborasi konsep dan mengimplementasikannya.
5. *Visualization*, yaitu kemampuan memvisualisasikan sebuah konsep.
6. *Tnrasformation*, yaitu kemampuan mengubah suatu benda/gagasan menjadi atau ke dalam objek lain serta mampu melihat makna dan manfaat dengan cara baru.
7. *Intuation*, yaitu kemampuan melihat hubungan atau ikatan suatu hal dengan hal lain dalam kondisi informasi tersebut terbatas.
8. *Synthesis*, yaitu kemampuan mengkombinasikan bagian – bagian ke dalam keseluruhan sistem.

3. Semangat

1. Definisi Semangat

Semangat akan tampak dari perilaku dan respon individu terhadap suatu aktivitas. Ketika anggota organisasi merasa bersemangat maka, mereka akan antusias dalam mengikuti semua kegiatan organisasi. Semangat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “kemauan, gairah, untuk bekerja, berjuang dan beraktivitas meraih target atau sasaran”.

Denyer dalam Alwi, Sylviana dan Risnahari (2016:3) menjelaskan kata semangat (morale) itu mula-mula dipergunakan dalam kalangan militer untuk menunjukkan keadaan moral pasukan, akan tetapi sekarang mempunyai arti yang lebih luas dan dapat dirumuskan sebagai sikap bersama para pekerja terhadap satu sama lain, terhadap atasan, terhadap manajemen, atau pekerjaan serta sikap bersama antar anggota organisasi.

Sastrohadiwiryo dalam Mukhtar (2016:8) mengatakan semangat kerja dapat diartikan sebagai suatu kondisi mental, atau perilaku individu tenaga kerja dan kelompok-kelompok yang menimbulkan kesenangan yang mendalam pada diri tenaga kerja untuk bekerja dengan giat dan konsekuen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan kantor.

Nawawi dalam Alwi, Sylviana dan Risnahari (2016:3) menyatakan Semangat yang tinggi akan tampil berupa kesediaan bekerja keras, tekun dan bergairah yang secara terus menerus terarah pada pencapaian tujuan organisasi. Semangat yang tinggi berpengaruh pula pada kesediaan mewujudkan cara atau metode yang berdayaguna dan berhasil guna mencapai tujuan organisasi. Serta nampak dari kesediaan diri mengikuti kegiatan tepat pada waktunya, kerjasama, berdisiplin dan terdorong untuk berpartisipasi memecahkan masalah.

Dari pengertian di atas, maka penulis menyimpulkan semangat dapat di definisikan sebagai suatu kondisi psikologis/moral yang di tunjukan dengan sikap mau bekerjasama, disiplin, tekun dan bergairah untuk mencapai tujuan organisasi atau tujuan bersama.

2. Sumber dan dimensi semangat

Semangat dapat timbul karena dorongan dari unsur lain. Tanpa ada dorongan, semangat sulit untuk timbul dan berkembang. Dalam prosesnya bahkan semangat yang muncul dapat hilang karena pengaruh dari hal lain, seperti aktivitas organisasi yang membosankan, ketidaknyamanan atau bahkan konflik dengan anggota organisasi lain.

Zainun (2017:7) menyatakan bahwa ada beberapa Sumber yang mampu memunculkan yang menyebabkan munculnya semangat baik di dalam pekerjaan maupun didalam pekerjaan maupun dalam beraktivitas berorganisasi. Sumber-sumber tersebut antara lain adalah:

1. Hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan bawahan atau antara pimpinan organisasi dengan anggota organisasi.
2. Kepuasan para anggota organisasi terhadap tugas dan aktivitasnya karena mengerjakan sesuatu yang ia sukai.
3. Terdapat suatu suasana dan iklim kerja yang bersahabat dengan anggota organisasi.
4. Rasa pemanfaatan bagi tercapainya tujuan organisasi yang juga merupakan tujuan bersama mereka yang harus diwujudkan secara bersama-sama pula.
5. Adanya tingkat kepuasan ekonomis dan kepuasan nilai lainnya yang memadai sebagai imbalan yang dirasakan adil terhadap jarih payah yang telah diberikan kepada organisasi.
6. Adanya ketenangan jiwa, dan kebahagiaan yang di rasakan ketika mengikuti semua kegiatan organisasi.

Azwar, dalam Mukhtar dan Thahier (2015:77) menjelaskan dimensi semangat yaitu:

1. Sedikitnya perilaku yang agresif yang menimbulkan frustrasi.
2. Individu bekerja dengan suatu perasaan bahagia dan perasaan lain yang menyenangkan.
3. Individu dapat menyesuaikan diri dengan teman-teman sekerjanya secara baik.
4. Egonya sangat terlibat dalam pekerjaannya.

Menurut Nitisemito dalam Alwi dkk (2016:8) semangat kerja dapat diukur dari beberapa hal, yaitu:

1. Absensi karena absensi menunjukkan ketidakhadiran anggota organisasi mengikuti kegiatan. Hal ini termasuk waktu yang hilang karena sakit, kecelakaan, dan pergi meninggalkan kegiatan karena alasan pribadi tanpa diberi wewenang.
2. Kerja sama dalam bentuk tindakan kolektif seseorang terhadap orang lain. Kerjasama dapat dilihat dari kesediaan anggota organisasi untuk bekerja sama dengan anggota lainnya atau dengan pemimpin mereka berdasarkan untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu, kerjasama dapat dilihat dari kesediaan untuk saling membantu di antara anggota organisasi dan terlihat keaktifan dalam kegiatan organisasi.
3. Kepuasan sebagai keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan di mana para anggota organisasi memandang organisasi mereka.
4. Kedisiplinan sebagai suatu sikap dan tingkah laku yang sesuai peraturan organisasi dalam bentuk tertulis maupun tidak. Dalam prakteknya bila suatu organisasi telah mengupayakan sebagian besar dari peraturan-peraturan yang ditaati oleh sebagian besar anggota organisasi, maka kedisiplinan telah dapat ditegakkan.

3. Faktor – faktor yang mempengaruhi semangat

Seperti halnya dengan inovasi dan kreatifitas, semangat dapat meningkat dan dapat pula mengecil. Perlu dorongan dan peran organisasi untuk menjaga tingkat semangat tetap tinggi.

Darmawan (2018:5) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan munculnya semangat kerja. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah:

1. Hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan bawahan terutama antara pimpinan kerja sehari-hari langsung berhubungan dan berhadapan dengan para bawahan.
2. Kepuasan para anggota terhadap kegiatannya karena memperoleh tugas dan materi yang disukai sepenuhnya.
3. Terdapat satu suasana dan iklim kerja yang bersahabat dengan anggota organisasi.
4. Rasa pemanfaatan bagi tercapainya tujuan organisasi yang juga merupakan tujuan bersama mereka yang harus diwujudkan secara bersama-sama pula.
5. Adanya tingkat kepuasan ekonomis dan kepuasan nilai lainnya yang memadai sebagai imbalan yang dirasakan adil terhadap jarih payah yang telah diberikan kepada organisasi.

6. Adanya ketenangan jiwa, jaminan kepastian serta perlindungan terhadap segala sesuatu yang dapat membahayakan diri pribadi dan tujuan hidupnya.

4. Indikator Semangat

Indikator semangat dalam penelitian ini mengkombinasikan penelitian dari Azwar dan Alwi (2016:3), yaitu:

- 1) Disiplin yang di tunjukan dengan absensi dan sikap yang mau mengikuti semua peraturan dan norma organisasi
- 2) Kerjasama yang ditunjukan dengan sediktinya sikap agresif dan kemampuan serta kesediaan bekerjasama dan saling membantu dengan semua anggota organisasi.
- 3) Kepuasan yang di tunjukan dengan perasaan bahagia menjadi anggota organisasi dan secara emosional mempunyai keterikatan dengan organisasi.

B. Kerangka Pikir

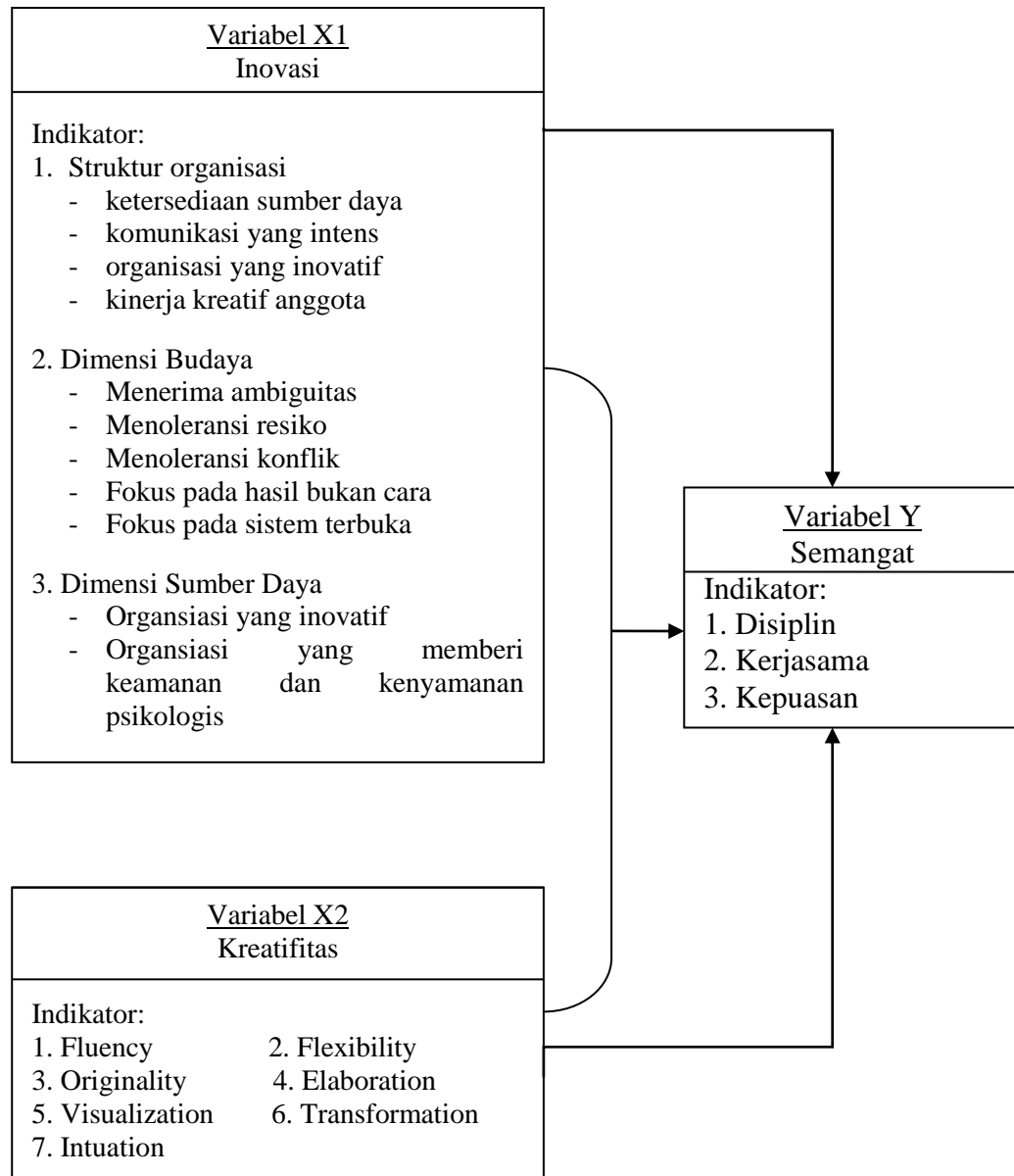
Inovasi yang mempunyai dimensi struktur, budaya dan sumber daya dapat mendorong seseorang mampu melakukan menciptakan sesuatu dan melakukan perubahan sehingga semakin inovatif seseorang, maka ia akan mampu melakukan banyak perubahan. Pendidik atau instruktur yang mempunyai daya inovasi tinggi akan dapat meningkatkan semangat anak didik karena mempunyai cara cara yang berbeda dalam memberikan materi dan pelatihan. Jika dilihat dari segi struktur, organisasi yang mempunyai struktur yang mampu mengakomodasi semangat para anggota akan menjadi pendorong bagi anggota organisasi mempunyai semangat tinggi. Sedangkan jika dilihat dari budaya organisasi, maka organisasi yang mendorong dan mengedepankan budaya inovasi tentu akan sangat mendukung daya kreasi dan sangat menghargai inisiatif dari masing masing anggota. Anggota akan sangat termotivasi dan bersemangat dalam mengikuti kegiatan organisasi.

Selain inovasi, kreatifitas juga memberikan kontribusi dalam meningkatkan semangat anggota. Semakin tinggi kreatifitas seseorang di tunjukan dengan indikator seperti *fluency*, *flexibility*, *originality*, *elaboration*, *visualization*, *transformation*, *intuition* maka akan akan semakin semangat anggota dalam mengikuti semua kegiatan. Jika di kolaborasikan dengan inovasi maka, kedua hal ini mampu mendorong semangat anggota dalam mengikuti semua kegiatan organisasi.

Dalam organisasi kepramukaan, peran Pembina pramuka dalam menggerakkan anggota organisasi sangat berpengaruh oleh karena itu kunci keberhasilan dalam menggerakkan anggota adalah dengan membuat program atau kegiatan yang mendorong ketertarikan dan rasa ingin tahu anggota sehingga mereka akan terlibat secara penuh dalam kegiatan dan untuk merancang kegiatan atau program yang baik tentu saja di butuhkan inovasi dan kreatifitas dengan di dasari oleh sasaran organisasi yang ingin di capai.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian



E. Hipotesis

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian” (Sugiono, 2018:134) hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ada Pengaruh Inovasi terhadap semangat anggota pramuka Saka Wira Kartika Pringsewu.
2. Ada Pengaruh Kreatifitas terhadap semangat anggota pramuka Saka Wira Kartika Pringsewu.
3. Ada Pengaruh Inovasi dan kreatifitas terhadap semangat anggota pramuka Saka Wira Kartika Pringsewu.