**UNIVERSITAS INDONESIA**

# HUBUNGAN OPTIMISME DENGAN KREATIVITAS PADA MAHASISWA YANG BERWIRAUSAHA

***(The Correlation between Optimism and Creativity among College Students Who are Doing Entrepreneurship)***

**SKRIPSI**

**WELAN MAULI ANGGUNA**
**1106020081**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**
**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**
**DEPOK**
**JUNI 2015**

**UNIVERSITAS INDONESIA**

# HUBUNGAN OPTIMISME DENGAN KREATIVITAS PADA MAHASISWA YANG BERWIRAUSAHA

***(The Correlation between Optimism and Creativity among College Students Who are Doing Entrepreneurship)***

**SKRIPSI**

**WELAN MAULI ANGGUNA**
**1106020081**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**
**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**
**DEPOK**
**JUNI 2015**


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar**

| | | |
|---|---|---|
| **Nama** | **:** | **Welan Mauli Angguna** |
| **NPM** | **:** | **1106020081** |
| **Tanda Tangan** | **:** | |
| **Tanggal** | **:** | **30 Juni 2015** |



Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

| | |
|---|---|
| Nama | : Welan Mauli Angguna |
| NPM | : 1106020081 |
| Program Studi | : Psikologi, Program Sarjana |
| Judul Skripsi | : Hubungan Optimisme dengan Kreativitas pada Mahasiswa yang Berwirausaha |

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing Skripsi 1: Adhityawarman Menaldi, S.Psi., M.Psi. ( )
NIP. 198304162008121002

Penguji 1 : Drs. Stevanus Stanislaus Budi Hartono, M.Si. ( )
NIP. 194909191988111001

Penguji 2 : Dra. Eva Septiana, M.Si. ( )
NIP. 0806050138

Depok, 30 Juni 2014
disahkan oleh

Ketua Program Sarjana
Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Prof. Dr. Frieda M. Mangunsong S., M.Ed., Psi.
NIP. 195408291980032001

Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Indonesia

Dr. Lucy Rifameutia Umar Ali, M.A., Psikolog
NIP. 196001131987032002



Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya ucapkan atas kehadirat dan rahmat Allah SWT, karena dengan berkat dan izinnya penulis bisa membuat tugas akhir ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, bukanlah hal mudah bagi penulis untuk menyelesaikan pembuatan skripsi ini. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Adhityawarman Menaldi, M.Psi selaku Pembimbing Skripsi dan Mellia Christia, M.Psi., M.Phil (Pembimbing Payung Skripsi Optimisme) yang telah membimbing penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih banyak atas waktu, pembelajaran berharga, kesabaran, dan dukungan lainnya yang telah diberikan. Penulis merasa sangat beruntung mendapatkan bimbingan dari mas Iman dan mba Melli, karena selama proses bimbingan penulis sadari begitu banyak pembelajaran yang didapatkan, baik dari segi materi akademis maupun pembelajaran untuk diri sendiri.
2. Dra. Evita Eddie Singgih Singgih, M.Psi selaku Pembimbing Akademis atas perhatian dan bimbingannya semenjak saya masih mahasiswa baru hingga sekarang. Terimakasih untuk Bu Evita yang memberikan penulis kesempatan dan upaya bilamana saya membutuhkan bantuan dalam akademis.
3. Drs. Stevanus Stanislaus Budi Hartono, M.Si dan Dra. Eva Septiana, M.Si yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi penguji dan memberikan banyak masukan yang membangun.
4. Nabila Dian Nirmala, M.Psi selaku psikolog yang membantu peneliti dalam administrasi dan interpretasi hasil batere TKV. Terima kasih atas *sharing* yang menyenangkan, tenaga, waktu, dan pikiran yang turut membantu penulis dalam mengatasi kendala dalam menyelesaikan skripsi ini.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

5. Keluarga penulis yang tak pernah putus memberikan dukungan, cinta dan kasih sayangnya. Ayah dan Ibu selaku orangtua yang tidak menuntut banyak namun banyak memberi. Meskipun Ayah selalu meminta berhemat, namun tidak pernah sungkan memberikan dukungan materi bilamana terkait dengan pendidikan, kemudian Ibu yang memberikan dukungan emosional terbesar bagi penulis ketika mengerjakan skripsi ini. Untuk saudara penulis, Mojik dan Dundun yang selalu menghibur dan memberikan semangat kepada penulis melalui cara-cara yang tak terduga.
6. Rika, Va, Adin, Dian, Indri, dan Nadhil selaku teman Payung Skripsi Optimisme yang memberikan dukungan moral serta bantuan terkait dengan materi dan menjadi teman diskusi penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. "MAMI Psikologi UI" yang selalu berbagi ilmu, pengalaman dan kecerian kepada penulis semasa menjalani dinamika perkuliahan di Psikologi. Kepada Rika, Nadya, Sahda, Jelsy, Ai, Vira, Paujih, Iky, Ogi, Teksu (Nisa), Sherly, Eyis, dan Tari. Terkhusus Rika selayaknya Uni yang memberikan perhatian kepada adiknya dan Nadya teman yang selalu berbagi keceriaan. Kemudian Goreh IMAMI UI 2011 beserta Dhani dan Temon sebagai keluarga di Rantau dan teman sepermainan randai. Celoteh dan guyonan bersama kalian mampu melepaskan penat dan rindu penulis akan kampung halaman.
8. Litbang BEM UI 2014 dan Superteam MWA UI UM 2013 yang memberikan penulis pengalaman indah menjalani organisasi di Kampus tercinta.
9. Teman-teman Psilabus, Psikologi UI 2011 yang bersama-sama dengan penulis semenjak awal menjadi mahasiswa hingga saat ini.
10. Teman-teman "Super Bingkuang" dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Depok, 24 Juni 2015

Penulis


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Welan Mauli Angguna |
| NPM | : | 1106020081 |
| Program Studi | : | Psikologi, Program Sarjana |
| Fakultas | : | Psikologi |
| Jenis Karya | : | Skripsi |

demi pengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya berjudul

Hubungan Optimisme dengan Kreativitas pada Mahasiswa yang Berwirausaha

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

| | | |
|---|---|---|
| Dibuat di | : | Depok |
| Pada tanggal | : | 30 Juni 2015 |

Yang menyatakan,

(Welan Mauli Angguna)



Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

# ABSTRAK


| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Welan Mauli Angguna |
| Program Studi | : | S1 Reguler |
| Judul | : | Hubungan Optimisme dengan Kreativitas pada Mahasiswa yang Berwirausaha |



Tingginya biaya pendidikan tinggi membuat beberapa mahasiswa berusaha memenuhi kebutuhan hidup melalui wirausaha. Optimisme dan kreativitas merupakan faktor penting dalam menunjang kesuksesan berwirausaha (Manove, 2000, dalam Chyi-Lyi, 2013 ; Lee, Florida, & Acs, 2004). Chyi-Lyi (2013) dalam penelitiannya menemukan korelasi positif yang signifikan antara optimisme dengan kreativitas pada pelaku wirausaha. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dan hubungan antara optimisme dengan kreativitas (kemampuan kreatif) pada mahasiswa yang berwirausaha. Pengambilan data dilakukan pada 43 mahasiswa Universitas Indonesia yang berwirausaha yang tersebar dalam Sembilan fakultas dan program vokasi. Adapun alat ukur yang digunakan untuk mengukur optimisme adalah berupa kuesioner *Life Orientation Test-Revised (LOT-R)* yang dikembangkan oleh Scheier, Carver, dan Bridges (1994), sedangkan batere Tes Kreativitas Verbal (TKV) yang dikembangkan oleh Munandar (1977) digunakan untuk mengukur kemampuan berpikir kreatif. Teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan kedua variabel yaitu menggunakan *pearson correlation*. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa sebagian besar partisipan memiliki optimisme dan kemampuan kreatif yang tinggi, namun demikian tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara kedua variabel, optimisme belum cukup kuat untuk mampu menjelaskan kreativitas dalam berwirausaha dari segi kemampuan berpikir kreatif.



Kata Kunci : kreativitas, LOT-R, optimisme, TKV, wirausaha





Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

## ABSTRACT

Name : Welan Mauli Angguna

Program : S1 Reguler

Title : The Correlation between Optimism and Creativity among College Students Who are doing Entrepreneurship

The higher cost of higher education makes some of college students trying to fulfill their life needs by doing business. Optimism and creativity are kind of important factors that support successes in doing business (Manove, 2000, dalam Chyi-Lyi, 2013 ; Lee, Florida, & ACS, 2004). Chyi-Lyi (2013) in her research found that optimism significantly correlated with creativity in entrepreneurs. Thus, the purpose of this study was to determine the correlation between optimism and creativity (creative potential) among college students who are doing entrepreneurship. Participants of this study was 43 college students who are doing entrepreneurship in University of Indonesia, which was spread from nine faculties and vocational program. Optimism was measured by using Life Orientation Test-Revised (LOT-R) which was developed by Carver, Scheier, and Segerstrom (1994), while batere *Tes Kreativitas Verbal (TKV)* which was developed by Munandar (1977) was used to measure creative thinking. This research used *pearson correlation* statistical technique analysist to measure the correlation between both variables. Result of this study showed that most participants have optimism and higher creativity (creative potential), but there is no significant correlation between both variables, optimism was not a potent variable to explain creativity in entrepreneurship based on potential creative thinking.



Keywords : creativity, entrepreneurship, LOT-R, optimism, TKV





Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

**DAFTAR ISI**


Halaman pernyataan orisinalitas ..... ii
Halaman Pengesahan ..... iii
Halaman pernyataan persetujuan publikasi tugas akhir untuk kepentingan akademik ..... vii
Abstrak ..... viii
Abstract ..... iix
Daftar Isi ..... x
Daftar Tabel ..... xii
Daftar gambar ..... xxiii
Daftar lampiran ..... xiv

BAB 1 PENDAHULUAN ..... 1
1.1. Latar Belakang Masalah ..... 1
1.2. Pertanyaan Penelitian ..... 9
1.3. Tujuan Penelitian ..... 10
1.4 Manfaat Penelitian ..... 10
1.5. Sistematika Penulisan ..... 10

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA ..... 12
2.1. Optimisme ..... 12
2.1.1. Definisi ..... 13
2.1.2. Teori *Expectancy Value Models* ..... 14
2.1.3. Perbedaan Optimisme dengan Pesimisme ..... 15
2.1.4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Optimisme ..... 16
2.1.5. Pengukuran Optimisme ..... 18
2.2. Kreativitas ..... 19
2.2.1. Definisi ..... 20
2.2.2. Kriteria Kreativitas ..... 21
2.2.3. Ciri-ciri Utama Kreativitas ..... 24
2.2.3.1. Ciri-ciri *Aptitude* ..... 25
2.2.3.2. Ciri-ciri *Non-Aptitude* ..... 26
2.2.4 Alat Ukur Kreativitas di Indonesia ..... 27
2.3. Wirausaha ..... 29
2.3.1. Definisi ..... 30
2.3.2. Tipe-tipe Wirausaha ..... 31
2.3.3. Proses Wirausaha ..... 32
2.3.4. Karakteristik Wirausahawan ..... 33
2.4. Dinamika Hubungan antar Variabel ..... 34

BAB 3 METODE PENELITIAN ..... 36
3.1. Gambaran Umum Payung Penelitian ..... 36
3.2. Masalah Penelitian ..... 36
3.3. Hipotesis Penelitian ..... 36
3.3.1. Hipotesis Alternatif ..... 36
3.3.2. Hipotesis *Null* ..... 37
3.4. Variabel Penelitian ..... 37




Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

3.4.1. Variabel Optimisme ..... 37
3.4.2. Variabel Kreativitas ..... 37
3.5. Tipe dan Desain Penelitian ..... 38
3.5.1. Tipe Penelitian ..... 38
3.5.2. Desain Penelitian ..... 38
3.6. Partisipan Penelitian ..... 40
3.6.1. Populasi Penelitian ..... 40
3.6.2. Karakteristik Sampel ..... 40
3.6.3. Teknik Pengambilan Sampel ..... 40
3.6.4. Jumlah Sampel ..... 41
3.7. Alat Ukur Penelitian ..... 41
3.7.1. Alat Ukur Optimisme ..... 41
3.7.2. Alat Ukur Kreativitas ..... 43
3.7.3. Analisis Statistik ..... 47
3.8. Tahapan Penelitian ..... 47
3.8.1. Tahap Persiapan ..... 47
3.8.2. Tahap Pelaksanaan ..... 49
3.8.3. Tabulasi Data ..... 50

BAB 4 HASIL DAN ANALISIS ..... 51
4.1. Gambaran Umum Partisipan Penelitian ..... 51
4.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 51
4.1.2. Berdasarkan Usia ..... 52
4.1.3. Berdasarkan Fakultas ..... 53
4.1.4. Berdasarkan Tipe dan Bidang Usaha ..... 54
4.1.5. Berdasarkan Keuntungan Usaha Perbulan ..... 55
4.2. Hasil Utama Penelitian ..... 55
4.2.1. Gambaran Umum Optimisme ..... 55
4.2.2. Gambaran Umum Kreativitas ..... 57
4.2.3. Gambaran Umum Optimisme dan Kreativitas ..... 58
4.2.4. Hubungan Optimisme dengan Kreativitas ..... 59

BAB 5 KESIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN ..... 61
5.1. Kesimpulan ..... 61
5.2. Diskusi ..... 61
5.3. Saran ..... 67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

# DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Kisi-kisi Alat Ukur Optimisme LOT-R ..... 42
Tabel 3. 2. Respon Jawaban Item Optimisme ..... 42
Tabel 3. 3. Penggolongan *Creativity Quotient (CQ)* ..... 46
Tabel 4. 1. Gambaran Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 51
Tabel 4. 2. Gambaran Partisipan Berdasarkan Usia ..... 52
Tabel 4. 3. Gambaran Partisipan Berdasarkan Fakultas ..... 53
Tabel 4. 4. Gambaran Partisipan Berdasarkan Tipe Usaha ..... 54
Tabel 4. 5. Gambaran Partisipan Berdasarkan Bidang Usaha ..... 54
Tabel 4. 6. Gambaran Keuntungan Usaha Perbulan ..... 55
Tabel 4. 7. Gambaran Umum Optimisme ..... 55
Tabel 4. 8. Gambaran Frekuensi Optimisme ..... 56
Tabel 4. 9. Gambaran Umum Kemampuan Kreatif ..... 57
Tabel 4. 10. Gambaran Umum Kemampuan Kreatif Berdasarkan Norma TKV ..... 57
Tabel 4. 11. Korelasi antara Optimisme dengan Kemampuan Kreatif ..... 59


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

**DAFTAR GAMBAR**

Grafik 4. 1 Persebaran (*Scatter Plot*) Optimisme dan Kemampuan Kreatif ..... 58


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

# DAFTAR LAMPIRAN

A.1 Reliabilitas LOT-R

A.2 Tabel Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Data Demografis

A.2.1 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin

A.2.2 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Usia

A.2.3 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Fakultas

A.2.4 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Tipe Usaha

A.2.5 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Bidang Usaha

A.2.6 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Keuntungan Usaha

A.3 Tabel Hasil Utama Penelitian

A.3.1 Gambaran Umum Optimisme

A.3.2 Gambaran Umum Kreativitas (Kemampuan Kreatif)

A.3.3 Hubungan Optimisme dengan Kreativitas

KUESIONER LOT-R



**Universitas Indonesia**

Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

# BAB 1

# PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pembukaan yang menjelaskan latar belakang penelitian mengenai hubungan optimisme dengan kreativitas pada mahasiswa yang berwirausaha, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian secara teoritis maupun secara praktis.

## 1.1. Latar Belakang

Pendidikan adalah salah satu hal yang penting bagi manusia, dimana pendidikan merupakan sarana utama secara ekonomi dan sosial, bagi kaum marjinal untuk dapat mengangkat diri mereka keluar dari kemiskinan serta berpartisipasi penuh di dalam komunitas (unicef.org). Filsuf Aristoteles (384SM- 322SM) pernah mengungkapkan bahwa 'pendidikan adalah ornamen kemakmuran dan sebuah perlindungan dalam kemalangan' (academia.edu). Pendidikan memiliki banyak dampak, satu di antaranya adalah pendidikan diterima sebagai instrumen yang mendukung pertumbuhan ekonomi (Bloom, Canning, & Chan, 2006). Sejalan dengan pendapat tersebut, Kezar, Frank, Lester dan Yang (2008) mengatakan bahwa pendidikan dapat membantu prospek ekonomi jangka panjang dan membantu individu untuk mengisi serta mempertahankan kehidupan di masa depan. Pengertian pendidikan itu sendiri menurut Undang- Undang RI nomor 12 tahun 2012 adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, dan bangsa Indonesia.

Pentingnya pendidikan dan besarnya manfaat yang bisa didapatkan dari pendidikan membuat banyak individu melanjutkan pendidikannya hingga pendidikan tinggi yang didapatkan melalui kegiatan akademik di perguruan tinggi. Pendidikan tinggi menurut UU RI nomor 12 tahun 2012 adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah dan mencakup program diploma,


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

program sarjana, program magister, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia.

Kezar, dkk (2008) mengungkapkan beberapa keuntungan ekonomi yang didapatkan individu yang berpendidikan tinggi. Pertama, individu yang menempuh pendidikan tinggi secara statistik memperoleh pendapatan di atas rata- rata setiap tahunnya. Kedua, umumnya memperoleh *"white collar jobs",* yaitu pekerjaan yang bersifat administratif dan biasanya bekerja di dalam kantor. Ketiga, mampu menyimpan uang dan aset seperti bangunan,mobil, dan investasi. Kemudian individu yang menempuh pendidikan tinggi memiliki kesempatan kerja yang lebih besar dan cenderung memiliki keterampilan yang bisa diaplikasikan pada keadaan kerja yang berbeda. Individu yang menempuh pendidikan tinggi dapat dikatakan memiliki pilihan pekerjaan yang lebih banyak yang dapat menstabilkan pendapatannya sepanjang waktu. Sedangkan secara sosial individu yang berpendidikan tinggi tidak hanya memiliki performa yang lebih baik di pasar kerja, namun juga cenderung hidup lebih lama, lebih mau terlibat dalam kegiatan kemasyarakatan, lebih bahagia, memiliki keyakinan diri dan arahan diri yang lebih tinggi, serta memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menyelesaikan permasalahan dan mengambil keputusan (Kezar, dkk, 2008; OECD, 2013).

Dibalik segala keuntungan yang sangat mungkin didapatkan tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa biaya pendidikan di perguruan tinggi cukup besar (tempo.co). Jika dilihat dari biaya pendidikan di Universitas Indonesia sebagai contoh, biaya pendidikan untuk program sarjana reguler saja berkisar antara 5 hingga 7,5 juta rupiah ditambah dengan Dana Kesejahteraan dan Fasilitas Mahasiswa (DKFM) sebesar 100 ribu rupiah untuk dibayarkan setiap semesternya (www.ui.ac.id). Sedangkan untuk biaya hidup sendiri, dapat dilihat dari ilustrasi harga satu porsi makanan di 'warteg' yang ada di sekitar kampus UI, yaitu berkisar antara 6.000 hingga 15.000 rupiah. Dengan demikian jika dibuat perhitungan kasar, untuk makan saja seorang mahasiswa setidaknya menghabiskan uang sebanyak kurang lebih 45.000 rupiah.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Beberapa mahasiswa mengalami kesulitan ekonomi dalam memenuhi biaya kebutuhan kuliah, seperti biaya pendidikan, biaya tugas kuliah, dan biaya hidup bagi utamanya mahasiswa yang merantau, sehingga mereka harus mempertahankan diri dengan membiayai hidupnya sendiri. Dalam mempertahankan diri menjalani kehidupan di perguruan tinggi, dibutuhkan pemikiran lancar dan luwes dalam mengatasi kesulitan ekonomi melalui berbagai cara menghadapi situasi yang relatif berubah sepanjang waktu sehingga diperlukan cara baru dan kemampuan elaborasi, hal ini dikenal sebagai kreativitas. Oleh sebab itu, dalam kondisi ini sangat dibutuhkan kreativitas mahasiswa agar dapat menjalankan perkuliahan dengan baik. Upaya yang dapat dilakukan mahasiswa untuk mengatasi kesulitan tersebut bisa dengan mengikuti program yang mampu meringankan biaya yang harus dibayar, seperti beasiswa, program biaya pendidikan berkeadilan, dan program bidik misi dari pemerintah. Selain itu ada juga mahasiswa yang memilih bekerja *part time*, menjadi guru les (kompas.com), dan berwirausaha (tempo.co).

Wu, Wu, Chen, dan Chen (2012) mengatakan bahwa kreativitas merupakan manifestasi kebijaksanaan dan pengetahuan otak manusia yang mampu mengubahnya menjadi nilai ekonomi yang mampu membuat individu ataupun organisasi bertahan dan sebagai jalan ampuh untuk meningkatkan kualitas hidup. Kreativitas dapat diimplementasikan melalui kegiatan wirausaha, seperti penjelasan Stenberg dan Lubart (dalam Lee, Florida, & Acs, 2004) bahwa wirausaha merupakan suatu bentuk kreativitas yang disebut sebagai bisnis, kemudian ditambahkan oleh Helmchen (2012) bahwa kreativitas yang ditampilkan pada berpikir kreatif terdiri dari beberapa tahap, yaitu penentuan masalah, mengumpulkan informasi, mengembangkan dan memilih solusi, serta mengembangkan suatu produk, dan wirausahawan selalu berada pada situasi yang menggiring mereka pada aktivitas kreatif tersebut.

Maka dari itu wirausaha merupakan salah satu cara yang cukup efektif untuk memenuhi biaya perkuliahan. Secara umum wirausaha adalah kapasitas dan kesediaan untuk mewujudkan konsep, penyusunan, dan pengaturan dari sebuah usaha produktif dengan segala risiko yang akan datang, ketika


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

memperoleh keuntungan sebagai balasannya (Bohoney, 2011). Keuntungan yang didapat secara finansial dari berwirausaha adalah wirausaha berkaitan dengan peningkatan gaji dan pendapatan, keuntungan, kembalinya investasi dan peningkatan GDP, sedangkan secara nonfinansial wirausaha memiliki keuntungan yang terdiri atas kemandirian, otonomi, manfaat persaingan, peningkatan pembagian pasar, peningkatan lapangan kerja dan standar hidup (Luke, Verreynne, & Kearins, 2007).

Salah satu bukti empiris dari efektifnya wirausaha sebagai cara untuk mempertahankan diri di perguruan tinggi dapat disimak melalui kisah M. Asmui Kammuri, pendiri 'Javapuccino' yang mengawali wirausahanya dalam rangka membantu memenuhi biaya kebutuhan kuliah (www.jpnn.com). Asmui mengawali usahanya pada saat berkuliah di program studi Akuntansi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2006. Orangtuanya adalah petani sehingga secara finansial tidak bisa diandalkan sepenuhnya untuk memenuhi biaya kebutuhan kuliah, Sebelumnya, Asmui bekerja menjadi guru les, lalu kemudian mencoba membuka usaha minuman.Usaha ini berawal dari berjualan minuman menggunakan gerobak, hingga sekarang Asmui mendirikan PT. Javapuccino Coffee yang mewadahi bisnis tersebut dengan sistem *franchise* yang terdiri atas 450 cabang, dan 49 diantaranya adalah miliknya sendiri. Cerita sukses Javapuccino menuai banyak penghargaan, diantaranya Wirausaha Muda Terbaik 2011 dari menteri koperasi dan UKM RI, Indonesia Franchise Award 2011 kategori *Fastest Growing Franchise*, dan Juara Nasional Wirausaha Muda Mandiri 2010.

Berdasarkan satu kisah tersebut dapat kita ketahui bahwa wirausaha memang dapat membantu mahasiswa dalam memenuhi biaya kebutuhan kuliahnya. Bahkan lebih dari itu wirausaha dapat meningkatkan pendapatan ekonomi dan menjadi pilihan karir yang membantu individu meraih kesuksesannya. Ternyata pemerintah Indonesia sendiri, melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan juga berupaya meningkatkan wirausaha di kalangan mahasiswa dengan meluncurkan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) untuk dilaksanakan di perguruan tinggi negeri dan beberapa perguruan tinggi swasta. Program ini


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

bertujuan untuk memfasilitasi para mahasiswa yang memiliki minat wirausaha dan memulai usaha dengan basis ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Fasilitas yang diberikan meliputi pendidikan dan pelatihan serta pendidikan kewirausahaan, magang, penyusunan rencana bisnis, dukungan permodalan, dan pendamping serta keberlanjutan usaha. Hal ini dilakukan pemerintah terkait dengan tingginya angka pengangguran lulusan perguruan tinggi, dikarenakan banyaknya lulusan yang memilih menjadi pencari kerja daripada pembuat lapangan kerja (dikti.go.id).

Salah satu ciri penting yang perlu dimiliki wirausahawan adalah optimisme. Manove (2000, dalam Chyi-Lyi, 2013) menemukan bahwa wirausahawan yang optimis memiliki performa yang lebih baik dan lebih kompetitif. Chyi-Lyi (2013) mengemukakan bahwa beberapa penelitian meyakini optimisme berasosiasi dengan hasil positif dalam wirausaha, kesuksesan, dan kontribusi terhadap perekonomian. Bahkan di dalam situasi yang buruk, optimisme merupakan faktor penting yang mengarahkan kepada kesuksesan, dengan optimisme membangkitkan ketahanan dan komitmen membuat usaha baru. Ketika wirausahawan tergolong optimis, kecenderungan ini membuatnya menganggap enteng ketidakpastian atau mengatur kembali dan fokus pada apa yang bisa dilakukan serta menyadari hal yang baik di situasi tersebut.

Tingginya tingkat optimisme sesorang juga berhubungan dengan kebahagiaan subjektif (*subjective well-being*), fokus pada tugas, menggunakan *engagement coping strategy,* memperoleh keuntungan dalam dunia sosioekonomi, tekun dalam pendidikan dan memiliki pendapatan yang lebih tinggi (Carver, Scheier, & Segerstrom, 2010). Diperkuat dengan temuan Forgeard dan Seligman (2012) bahwa pada akhirnya optimisme muncul bersamaan dengan kebahagiaan subjektif, kesehatan yang lebih baik, dan lebih sukses.

Pengertian optimisme sendiri menurut Carver, Scheier,dan Segerstrom (2010) adalah ciri yang menunjukkan kecenderungan individu memandang masa depannya dengan keyakinan yang secara umum menyenangkan. Optimisme merupakan suatu *trait* kepribadian dan berperan sebagai strategi


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

terbaik dalam menghadapi tantangan hidup karena optimisme membuat individu mengumpulkan berbagai sumber daya dalam mencapai tujuannya, menjadi gigih, dan terbuka terhadap berbagai kesempatan (Forgeard & Seligman, 2012). Orang yang optimis menempatkan harapan yang realistis dan memang mampu dicapai dengan keyakinan dan kegigihan, setelah yakin dengan harapan yang realisitis tersebut, individu cenderung percaya diri dan tahan dalam menghadapi berbagai tantangan dalam mencapai tujuannya (Carver, Scheier, & Segerstrom, 2010).

Icekson, Roskes, dan Moran (2014) mengatakan bahwa optimisme memungkinkan individu dengan *avoidance motivated* untuk menganggap situasi yang menekan sebagai tantangan daripada ancaman, melalui optimisme yang dimilikinya individu berupaya untuk mengurangi anggapan ancaman dan meningkatkan anggapan tantangan sehingga membangkitkan keluwesan (fleksibilitas) dalam berpikir, dan hal ini meningkatkan kreativitas individu. Selanjutnya dalam upaya mengatasi dampak negatif dari *avoidance motivated,* optimisme mampu meningkatkan kegigihan serta proaktif dalam mencapai tujuan, dan mengurangi tekanan untuk menyerah (Icekson, Roskes, & Moran, 2014). Jadi, optimisme dapat mengatasi dampak negatif *avoidance motivated* terhadap kreativitas individu, dimana optimisme mampu membangkitkan kelancaran dalam berpikir, membuat individu gigih dan proaktif dalam mencapai tujuan, serta pantang menyerah, dan hal ini mengarah kepada meningkatnya kreativitas.

Selain optimisme, karakteristik penting yang perlu dimiliki individu dalam berwirausaha adalah kreativitas. Layaknya penjelasan Lee, Florida, dan Acs (2004) bahwa dalam berwirausaha diperlukan kreativitas, keanekaragaman, dan sumber daya manusia, dan kreativitas merupakan elemen penting dalam kesuksesan ekonomi regional. Kreativitas sendiri mengarah kepada potensi untuk menghasilkan ide baru, baik bagi individu itu sendiri maupun bagi dunia pada tugas tertentu dengan kualitas tinggi (Stenberg, 2001, dalam Weisberg, 2006).

Kreativitas juga digambarkan sebagai kecenderungan dan kemampuan melakukan percobaan, mencoba dan gagal, berpikir dengan cara yang baru,


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

menantang asumsi yang sudah ada, fleksibel dan adaptif dalam menyelesaikan masalah, dan hal ini sering dikaitkan dengan berpikir divergen (Edward-Schachter, Gracia-Granero, Sanchez-Barrioluengo, Pineda & Amara, 2014). Secara operasional, kreativitas dalam arti berpikir kreatif dijelaskan oleh Munandar (1977, dalam Munandar, 1992) sebagai kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas) dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengelaborasi suatu gagasan. Dunia yang dinamis dan kompetitif seperti sekarang ini membentuk lingkungan yang optimal untuk kreativitas pada organisasi, lingkungan kerja, dan lingkungan pendidikan (Icekson, Roskes, & Moran, 2014).

Faktor penting yang berdampak pada kreativitas individu adalah bentuk tujuan yang mengarahkan perilakunya (Icekson, Roskes, & Moran, 2014), dan kerja keras untuk memperoleh hasil yang positif (kesuksesan) atau disebut dengan *approach motivated* akan meningkatkan kreativitas, sedangkan usaha menghindari hasil negatif (kegagalan) atau disebut *avoidance motivated* akan mengurangi kreativitas (Friedman & Foster, 2005; Elliot, dkk, 2009; Mehta & Zhu, 2009; dalam Icekson, dkk, 2014). Icekson, Roskes, & Moran (2014) mengatakan bahwa dampak negatif dari usaha untuk menghindari hasil negatif (*avoidance motivated*) terhadap kreativitas individu dapat diatasi dengan optimisme yang dimiliki individu. Secara umum, optimisme digambarkan oleh Scheier dan Carver, (1985) sebagai kecenderungan umum meyakini hasil yang positif bahkan ketika menghadapi berbagai hambatan, individu yang optimis mengharapkan hal yang baik terjadi di masa depan sehingga bekerja keras secara aktif untuk meraih tujuan yang diinginkan tersebut.

Selain itu Chyi-Lyi (2013) menemukan korelasi positif antara beberapa ciri kepribadian wirausahawan dengan optimisme. Kreativitas merupakan ciri kepribadian wirausahawan yang memiliki korelasi positif paling kuat dengan optimisme di antara para pelaku wirausaha. Temuan lainnya oleh Malik, Naeem, dan Ahmad (2013) menunjukkan bahwa optimisme memiliki dampak positif pada performa kreativitas pada tenaga penjual di sebuah firma. Secara teoritis Peterson dan Seligman (2004, dalam Malik, Naeem, & Ahmad, 2013)


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

mengatakan bahwa optimisme berhubungan dengan kreativitas, berkenaan dengan optimisme yang mengharapkan hasil yang baik, sehingga harapan tersebut mengarahkan kepada pencapaian kreatif dalam rangka memenuhi ramalan akan hasil yang baik tersebut.

Penjelasan di atas diperkuat dengan pandangan Li dan Wu (2011) bahwa individu yang optimis memiliki rasa percaya diri yang tinggi, sehingga lebih mudah menerima dan memanfaatkan kesempatan untuk mengubah situasi yang tidak menyenangkan dan melakukan berbagai usaha untuk merancang strategi dalam upaya meningkatkan performanya. Selain itu, individu yang optimis cenderung meyakini bahwa segala sesuatu berjalan dengan baik sesuai dengan keinginannya, meskipun akan ada berbagai hambatan yang menghadang, namun kekuatan positif ini membuat individu mampu meregulasi emosi, mengatur ulang tujuan yang hendak dicapai, semangat untuk menemukan solusi alternatif, terbuka terhadap berbagai kesempatan potensial, dan menolak kegaduhan dan kekacauan dalam menghadapi situasi yang menantang.

Berbagai pandangan di atas dapat menjadi *rationale hypothesis* akan kemungkinan adanya hubungan positif antara optimisme dengan kreativitas individu. Kecenderungan individu untuk optimis menempatkan harapan baik secara umum sejalan dengan keinginannya merupakan keyakinan yang membuat individu melakukan berbagai usaha untuk mewujudkannya. Sebelumnya individu mengetahui dengan pasti bahwa keyakinan tersebut adalah hal yang mungkin terjadi (realistis) dan individu tersebut sudah mempertimbangkan berbagai kemungkinan hambatan dan usaha apa yang dapat dilakukannya dalam mencapai tujuan yang diharapkan tersebut (Carver, Scheier, & Segerstrom, 2010). Berbagai masalah dan hambatan yang dihadapi individu dalam upaya mewujudkan keyakinan ini mengarahkan individu kepada kreativitas yakni menuntutnya untuk memikirkan berbagai cara baru karena masalah adalah sesuatu yang baru, serta menggunakan segala sumber yang ada untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi hingga tercapainya tujuan dari harapan yang baik tersebut (Weishberg, 2006).


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Jadi dapat diketahui bahwa optimisme dan kreativitas merupakan variabel yang memang berbeda, dimana optimisme merupakan sebuah ciri yang terberi pada individu berupa kecenderungan untuk meyakini hal yang baik secara umum, sedangkan kreativitas merupakan kemampuan yang ada pada diri individu berupa kelancaran, keluwesan, dan orisinalitas dalam berpikir yang mampu mengelaborasi suatu gagasan sehingga berguna dalam menyelesaikan berbagai masalah. Tujuan dan keyakinan akan harapan baik menjadi motivasi yang mempertemukan kedua variabel ini, dimana optimisme menjadi dasar keyakinan yang menggerakkan individu untuk melakukan usaha tercapainya tujuan, sedangkan dalam perjalanan tersebut individu akan menghadapi berbagai tantangan dan masalah, di sini kemampuan kreatif berperan sebagai alat yang membantu individu dalam menyelesaikan permasalahan yang ada sehingga tujuan yang diyakini bisa tercapai.

Keterkaitan kedua variabel ini sangat tampak dalam kegiatan wirausaha yang notabenenya adalah wujud dari kreativitas, sedangkan optimisme merupakan ciri yang membantu wirausahawan untuk sukses menjalankan usahanya. Optimisme yang dimiliki wirausahawan mendukung dirinya untuk menjadi lebih kreatif dalam menjalankan usahanya sehingga bisa meraih kesuksesan dalam berwirausaha yang terwujud dalam keuntungan ekonomi yang besar dan popularitas usaha di masyarakat. Maka dari itu penelitian ini juga ingin melihat apakah optimisme memiliki hubungan yang signifikan dengan kreativitas pada mahasiswa yang berwirausaha.

## 1.2. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah mahasiswa yang berwirausaha adalah individu yang memiliki optimisme tinggi?

2. Apakah mahasiswa yang berwirausaha adalah individu yang memiliki kreativitas (kemampuan kreatif) yang tinggi?

3. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara optimisme dengan kreativitas (kemampuan kreatif) pada mahasiswa yang berwirausaha?


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat apakah mahasiswa yang berwirausaha adalah individu yang memiliki optimisme dan kreativitas yang tinggi, serta apakah optimisme merupakan variabel yang cukup kuat untuk menjelaskan kreativitas (kemampuan kreatif) pada mahasiswa yang berwirausaha.

## 1.4. Manfaat Penelitian

### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur mengenai optimisme, kreativitas, dan wirausaha sehingga nantinya bisa lebih dikembangkan pada penelitian- penelitian berikutnya.

### 1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan mengenai ciri yang dapat memengaruhi kesuksesan mahasiswa dalam berwirausaha, dan menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang ingin berwirausaha maupun yang sedang berwirausaha.

## 1.5.1 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian terdiri atas lima bab, dimana pada setiap bab terdapat sub bab beserta penjelasannya terkait dengan penelitian. Berikut penjelasan mengenai setiap bab adalah sebagai berikut :

- Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini merupakan pembukaan yang memberikan penjelasan mengenai hal yang menjelaskan latar belakang penelitian mengenai hubungan optimisme dengan kreativitas pada mahasiswa yang berwirausaha, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian secara teoritis maupun secara praktis.

- Bab 2 : Landasan Teori

Bab dua ini berisikan teori- teori yang mendasari penelitian ini, terkait dengan teori optimisme, teori kreativitas, dan wirausaha. Pada bab ini juga


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

terdapat penjelasan mengenai dinamika keterkaitan kedua teori dalam konteks wirausaha.

- Bab 3 : Metode Penelitian

Bab ini akan memaparkan gambaran umum payung penelitian, masalah penelitian, hipotesis penelitian, variabel penelitian, tipe penelitian dan desain penelitian, partisipan penelitian (populasi dan sampel), alat ukur penelitian, tahapan penelitian, dan tabulasi data.

- Bab 4 : Hasil dan Analisis Data Penelitian

Bab empat ini akan memaparkan tampilan hasil data yang didapatkan beserta interpretasi dari data tersebut. Teknik analisis yang dilakukan disesuaikan dengan teori yang digunakan dalam penelitian.

- Bab 5 : Kesimpulan dan Saran Penelitian

Bab lima yang merupakan bab penutup ini akan memaparkan simpulan dari penelitian yang telah dilakukan, mengevaluasi penelitian melalui diskusi terkait hasil penelitian, serta saran untuk penelitian lanjutan.



Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

# BAB 2

# TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini akan dijelaskan teori- teori yang mendasari penelitian, yaitu teori optimisme, teori kreativitas, dan wirausaha. Pada bab ini, juga terdapat penjelasan mengenai dinamika keterkaitan kedua teori dalam konteks wirausaha.

## 2.1 Optimisme

Optimisme merupakan merupakan suatu ciri yang menunjukkan keyakinan individu bahwa segala sesuatu akan berjalan sesuai keinginannya, yakni cenderung menduga hal- hal yang baik akan terjadi pada dirinya daripada hal yang buruk. Optimisme dapat ditangkap/ diobservasi dari kisah Aya Kitou (1962-1988) yang menderita penyakit *spinocerebellar degeneration* atau *ataxia*, yaitu penyakit bawaan yang menyerang otak kecil dan sumsum tulang belakang sehingga menyebabkan penderita kehilangan kendali atas syaraf motoriknya secara bertahap, mulai dari kesulitan berjalan, bergerak, berbicara, hingga bernapas. Dengan selalu menaruh harapan dan keyakinan bahwa penyakitnya dapat disembuhkan, selama hampir sepuluh tahun Aya menuliskan setiap hari yang dilalui dan dirasakan tubuhnya dalam catatan harian. Menulis adalah tugas yang cukup sulit dilakukan bagi penderita penyakit ini, namun Aya selalu berusaha agar bisa menuliskan semua curahan hatinya hingga dia tidak mampu memegang bolpoin lagi, karena dengan menulislah Aya menemukan tujuan hidupnya dan merasa hidupnya berguna. Dua tahun sebelum meninggal catatan harian ini dibukukan, dan menginspirasi orang lain, khususnya bagi mereka yang menderita penyakit yang sama untuk menjadi optimis dan lebih menghargai hidup. Adapun beberapa teori yang menjelaskan optimisme bisa dikenali melalui beberapa definisi.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

### 2.1.1 Definisi Optimisme

Seligman dan Peterson (1984) memperkenalkan optimisme melalui istilah *optimistic explanatory style*, yaitu keyakinan individu terhadap masa depan berdasarkan atribusi kejadian di masa lampau, yakni kegagalan terjadi karena faktor eksternal, sesuatu yang tidak stabil, dan terjadi pada situasi tertentu, sedangkan kesuksesan terjadi karena faktor internal, menetap dan umum terjadi. Jadi optimisme disini adalah sebagai fungsi dari atribusi sebab akibat.

Schneider (2001) menjelaskan optimisme sebagai '*realistic optimism',* yaitu sebuah pandangan realistis yang meningkatkan kesempatan untuk secara sukses berunding dengan lingkungan, dimana sebuah pandangan optimis menempatkan perasaan baik sebagai prioritas. Pandangan Schneider mencoba menjelaskan tentang optimisme yang benar, membedakan dengan adanya pandangan yang kabur mengenai optimisme itu sendiri. Pandangan mengenai optimisme yang membuat seseorang menjadi tidak realistis, dan hal ini dikenal sebagai '*biases optimism',* yang meliputi penipuan diri atau meyakinkan diri akan keyakinan berlebihan tanpa melihat kenyataan yang sebenarnya.

Optimisme secara umum dapat dilihat dari definisi Carver, Scheier dan Segerstrom (2010) , yaitu *"...an individual difference variable that reflects the extent to which people hold generalized favorable expectancies for their future",* yakni ciri yang menunjukkan kecenderungan individu memandang masa depannya dengan keyakinan yang secara umum menyenangkan. Definisi ini menjelaskan optimisme sebagai kecenderungan umum untuk mengharapkan hasil yang baik.

Teori optimisme yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah berdasarkan definisi optimisme menurut Carver, Scheier, dan Segerstrom (2010), yaitu ciri yang menunjukkan kecenderungan individu memandang masa depannya dengan keyakinan yang secara umum menyenangkan. Definisi tersebut digunakan dalam penelitian ini karena lebih baru dan memberikan penjelasan khusus mengenai optimisme itu sendiri, bukan


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

sebagai fungsi dari atribusi, namun kecenderungan umum individu dalam berekspektasi atau meyakini masa depannya.

2.1.2 Teori *Expectancy Value Models*

Secara ilmiah 'optimisme' merupakan teori yang didasarkan pada teori motivasi mengenai *expectancy value* (Carver & Scheier, 2005). Lebih lanjut Carver dan Scheier mengemukakan bahwa teori ini diawali dari asumsi dasar yang meyakini bahwa perilaku diatur berdasarkan pencapaian suatu tujuan, dan teori ini memiliki dua elemen dasar, yaitu *goal* (tujuan) dan *expectancy* (keyakinan). Kecenderungan seseorang melakukan respon tertentu adalah hasil keyakinan pada kesuksesan dan bertujuan mencapai hasil tertentu, dan secara umum *expectancy value models* memprediksi respon yang relevan dengan tujuan saat keyakinan akan kesuksesan tinggi (Geers, Wellman & Lassiter, 2009).

Carver dan Scheier (1998) mengatakan bahwa *expectancy value-models* merupakan gagasan perilaku yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. *Goals* (tujuan) merupakan tindakan, *end-states* atau nilai yang dilihat oleh individu sebagai sesuatu yang diinginkan atau tidak diinginkan. Ketika individu melihat sesuatu sebagai keinginan mereka, maka dia akan menyesuaikan perilakunya untuk mencapai tujuan tersebut, sedangkan jika individu tidak menginginkan sesuatu tersebut maka dia akan berusaha untuk menjauh.

Adapun konsep lain yang disebut *expectancy* (harapan/keyakinan) menurut Carver dan Scheier (2005) yaitu rasa percaya diri atau keraguan individu terkait pencapaian tujuan. Ketika individu kurang memiliki rasa percaya diri, maka tidak akan ada tindakan yang dilakukan. Hanya individu yang percaya diri mendorong dirinya untuk melakukan suatu usaha berupa tindakan untuk tercapainya tujuan yang diinginkan (Carver & Scheier, 2005).

Scheier, Carver, dan Bridges (1994) mengemukakan bahwa dalam teori *expentancy value models* individu tampak melakukan usaha terus menerus untuk mengatasi berbagai rintangan dalam mencapai tujuan yang


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

diinginkannya, selama tujuan tersebut adalah keyakinan menyenangkan dan mungkin untuk terjadi. Ketika individu memiliki cukup banyak keraguan, maka dia cenderung menyerah pada tujuan yang berbahaya. Perbedaan keyakinan ini diasumsikan sejalan dengan berbagai pengalaman afektif. Ketika terdapat cukup pergerakan menuju tujuan yang diinginkan maka afek menjadi positif, sebaliknya jika pergerakan tersebut cukup terganggu maka afek menjadi negatif. Pandangan mengenai perilaku dan afek ini diterapkan pada kondisi situasional yang berbeda, namun pandangan ini juga dapat diterapkan pada istilah yang membedakan individu (Scheier, Carver, & Bridges, 1994), atau konsep ini dapat diterapkan untuk menjelaskan optimisme dan pesimisme (Scheier, Carver, & Bridges, 2001).

### 2.1.3 Perbedaan Individu Optimis dengan Pesimis

Scheier dan Carver (1985) menggambarkan individu optimis sebagai individu yang cenderung memiliki keyakinan akan adanya hal- hal baik yang akan terjadi di masa mendatang, bertolak belakang dengan orang yang pesimis, yakni orang yang cenderung meyakini bahwa hal- hal baik tidak akan terjadi dan mengantisipasi hasil yang buruk.

Secara umum, keyakinan (*confidence*) dan keraguan (*doubt*) yang tergeneralisasi dalam berbagai situasi kehidupan merupakan hal yang direpresentasikan dalam pemahaman optimisme dan pesimisme (Carver & Scheier, 2005). Lebih lanjut, Carver dan Scheier mengatakan bahwa individu optimis dan pesimis memiliki pendekatan yang berbeda dalam menghadapi tantangan dan masalah, mereka juga memiliki cara dan keberhasilan yang berbeda dalam mengatasi kesulitan- kesulitan yang dihadapi.

Carver dan Scheier (2005) menjelaskan bahwa individu optimis cenderung menunjukkan rasa percaya diri dan kegigihan dalam menghadapi masalah, meskipun kemajuan yang dilalui mengalami kesulitan atau berkembang lambat. Mereka juga memiliki keyakinan yang


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

positif terhadap suatu hasil dikarenakan kecenderungan mereka mengasumsikan kejadian-kejadian dalam kehidupan dapat diselesaikan dengan baik, bagaimanapun caranya. Adanya keyakinan positif terhadap hasil ini menumbuhkan perasaan yang relatif positif juga pada individu tersebut.

Berbeda dengan orang yang pesimis, Carver dan Scheier (2005) menjelaskan bahwa orang pesimis cenderung memiliki keyakinan negatif terhadap suatu hasil, cenderung ragu dalam menentukan keputusan dan tindakan yang akan dilakukan serta mengalami kesulitan ketika menghadapi tantangan dan masalah. Selain itu, mereka cenderung mengantisipasi akan terjadinya bencana di masa yang akan datang. Perbedaan individu dalam menghadapi berbagai kesulitan ini nantinya akan memiliki implikasi penting bagi individu dalam mengatasi tekanan (*stress*) yang dialami (Carver & Scheier, 2005).

Pada awalnya Scheier dan Carver (1985) menjelaskan bahwa perbedaan individu optimis dan pesimis relatif stabil dalam hal konteks dan waktu. Individu optimis digambarkan tampak optimis secara 'umum', dimana keyakinan positif mereka tidak hanya berbatas pada keadaan tertentu saja. Pada situasi yang serupa, individu pesimis digambarkan menampilkan keadaan murung secara universal. Selanjutnya Carver dan Scheier (2005) mengemukakan bahwa perbedaan pendekatan yang ditampilkan *optimistic* dan *pessimistic* ini menunjukkan bagaimana berbedanya mereka dalam menghadapi masalah dan tantangan kehidupan, serta dampak besar dari pilihan cara menghadapi masalah tersebut dalam kehidupan mereka.

### 2.1.4 Faktor- Faktor yang Memengaruhi Optimisme

Menurut beberapa literatur, faktor-faktor yang memengaruhi optimisme adalah sebagai berikut :

a. Pengalaman (*Experience*)

   Pengalaman yang dapat memengaruhi individu bukan saja dari pengalaman pribadinya, melainkan pengalaman dari orang-


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

orang di sekitar individu yang turut serta memengaruhi individu tersebut (Thomason & Thames, 2000, dalam Hikmanurina, 2012).

b. Keyakinan Diri (*Self Efficacy*)

Carver dan Scheier (2005) mengungkapkan bahwa orang yang pesimis akan berubah menjadi optimis karena mereka percaya akan kemampuan yang mereka miliki. Ketika seseorang memiliki keyakinan diri yang tinggi, mereka akan percaya bahwa usaha yang mereka lakukan akan menentukan hasil yang mereka dapatkan.

c. Penerimaan (*Acceptance*)

Penerimaan individu terhadap kejadian yang ada dalam kehidupan berhubungan dengan optimisme, seperti penjelasan Carver dan Scheier (2005) bahwa penerimaan terhadap kejadian-kejadian buruk dalam kehidupan mengarahkan individu menjadi lebih optimis dalam menjalani kehidupannya. Melalui penerimaan ini, individu akan selalu berusaha semaksimal mungkin dalam mengatasi situasi buruk dalam kehidupannya dan belajar dari pengalaman tersebut (Carver & Scheier, 2005). Sebaliknya Carver dan Scheier menjelaskan lebih lanjut bahwa adanya penolakan terhadap situasi buruk akan menurunkan kesadaran individu akan inti masalah yang sedang dihadapinya, sehingga individu akan lebih mudah putus asa, menyerah dan menghindari situasi buruk tersebut tanpa mengenali solusi yang mungkin dapat menyelesaikan masalah tersebut.

d. Status Sosial dan Ekonomi

Beberapa studi menemukan asosiasi antara optimisme dengan status sosial dan ekonomi, dalam hal ini sosial ekonomi yang dimaksudkan adalah pendidikan dan pendapatan ekonomi (Carver, Scheier, & Segerstrom, 2010). Lebih lanjut Carver, Scheier, dan Segerstrom mengatakan bahwa sumber sosial dan



Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

ekonomi berhubungan erat dengan perkembangan optimisme sepanjang waktu, oleh sebab itu anak- anak dengan keadaan status sosial dan ekonomi yang rendah/ miskin dapat menimbulkan pesimisme di kehidupannya kelak.

2.1.5 Pengukuran Optimisme

Terdapat dua cara berpikir mengenai pengharapan dalam optimisme dan cara mengukurnya, salah satu pendekatan mengukur *expectancy* secara langsung dengan meminta individu yang bersangkutan untuk mengindikasikan seberapa besar mereka yakin dan percaya bahwa masa depan mereka baik atau buruk (Scheier & Carver, 1992, dalam Carver & Scheier, 2005). Optimisme dan pesimisme yang dimaksudkan oleh Carver dan Scheier (2005) adalah keyakinan secara umum sepanjang kehidupan individu.

Scheier dan Carver (1985) mengembangkan suatu pengukuran yang disebut *Life Orentation Test* (*LOT*) untuk menilai perbedaan optimisme dan pesimisme antar individu. Kemudian LOT diubah ke dalam bentuk yang lebih ringkas menjadi enam item yang dikodekan disebut sebagai *Life Orientation Test-Revised* (Scheier, dkk, 1994, dalam Carver dan Scheier, 2005). LOT-R memiliki konsistensi internal yang baik (Cronbach's Alpha 0,78) dan relatif stabil sepanjang waktu yakni dengan nilai *test-retest reliability* 0,56 hingga 0,79 (Scheier, Carver, & Bridges, 1994). LOT dan LOT-R memberikan persebaran skor yang berkesinambungan, meskipun optimisme dan pesimisme sering ditempatkan dalam kelompok yang berbeda, padahal sebenarnya sebagian besar individu ditempakan dari sangat optimis hingga sangat pesimis dan sebagian besar orang berada di tengah-tengahnya (Carver & Scheier, 2005).

Pendekatan optimisme lainnya bersandar pada asumsi bahwa keyakinan manusia mengenai masa depannya berasal dari sudut pandang penyebab kejadian di masa lalu (Peterson & Seligman, 1984; Seligman, 1991, dalam Carver & Scheier, 2005). Jika kegagalan di masa lalu dipandang melalui penyebab yang tetap, sehingga semakin banyak


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

kegagalan yang diyakini kecuali individu tersebut mendapatkan dorongan tertentu seperti pengalaman yang menyadarkan individu bahwa penyebab kegagalan yang dialaminya bukanlah sesuatu yang tetap. Kemudian apabila kegagalan di masa lalu dipandang individu melalui penyebab yang tidak tetap, maka pandangan mengenai masa depan akan lebih cerah (Carver, Scheier, & Segerstrom, 2010). Sejalan dengan alasan ini, optimisme dan pesimisme bisa dinilai dari atribusi mengenai penyebab suatu kejadian (Peterson & Seligman, 1984), dan disimpulkan bahwa atribusi pada akhirnya menghasilkan keyakinan (Carver, Scheier, & Segerstrom, 2010).

Perbedaan dari kedua pendekatan ini adalah bahwa salah satu pengukuran mengukur variabel terdahulu untuk keyakinan, yaitu 'atribusi', sedangkan pengukuran lainnya mengukur keyakinan itu sendiri (Carver & Scheier, 2005). Penelitian ini akan menggunakan alat ukur yang mengukur keyakinan itu sendiri melalui *Life Orientation Test- Revised (LOT-R)* karena penelitian ini benar-benar ingin melihat optimisme individu sebagai sebagai keyakinan secara umum, bukan optimisme sebagai fungsi atribusi dari pengalaman di masa lampau, karena nantinya akan dikaitkan dengan kemampuan kreatif yang dimiliki individu. LOT-R adalah alat ukur optimisme yang lebih baru, merevisi kekurangan pada alat ukur sebelumnya (LOT) sehingga lebih tepat untuk digunakan.

## 2.2 Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru dan bermanfaat sesuai dengan apa yang dibutuhkan, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang ada sebelumnya. Kreativitas dapat diamati melalui kisah seorang pengusaha sukses dan penemu berbagai benda penting dalam sejarah umat manusia, Thomas Alva Edison (1847-1931). Semenjak kecil Thomas sering melakukan berbagai percobaan, dia telah menemukan 1.093 temuan yang telah dipatenkan. Melihat perkembangan dunia yang semakin maju, Thomas sadar akan pentingnya lampu pijar untuk kebutuhan manusia. Menghabiskan dana


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

yang cukup besar (US$40.000) dengan total percobaan 6000 jenis bahan, setelah sekitar 9000 kali percobaan Thomas akhirnya berhasil menemukan lampu pijar pertama yang bisa bertahan hingga 40 jam. Kutipan bijak yang cukup terkenal Thomas Alva Edison adalah "*I have not failed, I've just found 1.000 ways that won't work,* " dan kutipan ini menunjukkan kreativitas dan optimisme dari seorang Thomas.

### 2.2.1 Definisi Kreativitas

Adapun kreativitas didefinisikan secara berbeda-beda, dimana definisi kreativitas memberikan penekanan berbeda tergantung pada teori yang menjadi acuan (Supriadi, 1994). Kreativitas berdasarkan konsep aktualisasi diri yang dibedakan oleh Maslow (dalam Munandar, 2012) dari kreativitas talenta khusus adalah pada pentingnya ciri-ciri afektif dari kreativitas, yaitu ciri-ciri kepribadian, sikap, motivasi, dan predisposisi untuk berpikir kreatif. Kreativitas adalah suatu gaya hidup, suatu cara dalam mempersepsi dunia. Hidup kreatif berarti mengembangkan talenta yang dimiliki, belajar menggunakan kemampuan diri sendiri secara optimal, menjajaki gagasan baru, tempat-tempat baru, mengembangkan kepekaan terhadap masalah lingkungan, masalah orang lain, dan masalah kemanusiaan. Definisi ini lebih menekankan pada ciri afektif kreativitas, yakni lebih menunjukkan bagaimana cara menjadi seorang dengan kepribadian kreatif, bukan kemampuan kreatif (berpikir kreatif) itu sendiri seperti apa, sedangkan dalam penelitian ini kreativitas yang ingin dilihat adalah kemampuan kreatif (*aptitude trait*) yang tampak nyata dari individu itu sendiri.

Kreativitas menurut Guilford (dalam Supriadi, 1994): "*creativity refers to abilities that are characteristics of creative people"* yakni mengarah pada kemampuan yang menjadi ciri dari orang yang kreatif. Lima sifat yang menjadi ciri kemampuan berpikir kreatif tersebut adalah kelancaran (*fluency*), keluwesan (*flexibility*), keaslian (*originality*), penguraian (*elaboration*), dan perumusan kembali (*redefinition*). Mengacu pada teori kreativitas menurut Guilford, lebih lanjut Munandar (1977) menjelaskan kreativitas secara operasional sebagai :


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

*"Kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas), dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengelaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci) suatu gagasan."* (dalam Munandar, 1999).

Penelitian ini menggunakan definisi kreativitas dari Munandar (1977) dengan pertimbangan definisi ini menjelaskan kreativitas yang berkaitan dengan kemampuan berpikir kreatif secara operasional, dimana kemampuan berpikir kreatif inilah yang akan dilihat dari mahasiswa yang berwirausaha pada penelitian ini. Sebenarnya definisi ini mengacu kepada teori kreativitas menurut Guilford, namun terkait dengan konteks penelitian berada di Indonesia, sehingga alat ukur yang akan digunakan adalah alat ukur kemampuan berpikir kreatif oleh Munandar (1977) yang sudah teruji validitas dan reliabilitasnya pada populasi orang Indonesia.

2.2.2 Kriteria Kreativitas

Kreativitas diikuti dengan berpikir kreatif (*creative thinking)* atau proses kreatif (*creative process*) terdiri dari proses berpikir yang mampu membawa hasil yang baru bagi individu itu sendiri (Weisberg, 2006). Hasil yang dibawa dari berpikir kreatif tersebut menghasilkan sesuatu yang disebut produk kreatif (*creative product*) atau bisa dikenal dengan inovasi, yaitu sesuatu yang baru bagi individu, dan seseorang yang kreatif adalah individu yang mampu menghasilkan produk baru tersebut (Weisberg, 2006).

Amabile (dalam Supriadi, 1994) mengatakan bahwa penentuan kriteria kreativitas menyangkut tiga dimensi yaitu proses, person, dan produk kreatif.

a. Proses Kreatif

Salah satu teori tradisional yang masih dipakai hingga sekarang adalah teori Wallas (1926, dalam Munandar, 2012) yang menyatakan bahwa proses kreatif meliputi empat tahap, yaitu tahap persiapan; tahap inkubasi; tahap iluminasi; dan tahap verifikasi. Pada tahap pertama, seseorang mempersiapkan diri untuk memecahkan masalah dengan belajar berpikir, mencari jawaban,


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

bertanya kepada orang lain, dan sebagainya. Pada tahap kedua yakni tahap inkubasi dimana individu seakan-akan melepaskan diri untuk sementara dari masalah tersebut, dalam arti dia tidak memikirkan masalahnya secara sadar tetapi "mengeramnya" dalam alam pra-sadar, dan tahap ini penting dalam proses timbulnya inspirasi. Kemudian tahap iluminasi, yaitu tahap timbulnya "*insight*" atau "*Aha-Erlebnis*" saat timbulnya inspirasi atau gagasan baru, beserta proses-proses psikologis yang mengawali dan mengikuti munculnya inspirasi atau gagasan baru. Terakhir adalah tahap verifikasi atau evaluasi, yaitu tahap di mana ide atau kreasi baru tersebut harus diuji terhadap realitas, dan di sini diperlukan pemikiran kritis dan konvergen. Dengan perkataan lain, proses divergensi (pemikiran kreatif) harus diikuti oleh proses konvergensi (pemikiran kritis).

Dengan menggunakan proses kreatif sebagai kriteria kreativitas, maka segala produk yang dihasilkan dari proses itu dianggap sebagai produk kreatif, dan individu yang melakukannya dianggap sebagai orang yang kreatif. Weisberg (2006) mengatakan bahwa produk baru yang terus menerus dihasilkan oleh seseorang disebut dengan produk kreatif, dan seseorang yang menghasilkan produk tersebut adalah orang yang kreatif.

b. Pribadi Kreatif

Dimensi *person* sebagai kriteria kreativitas (Amabile, 1983) identik dengan apa yang disebut Guilford (1950) sebagai kepribadian kreatif (*creative personality*), yaitu "*those patterns of traits that are characteristics of creative persons.*" Kepribadian kreatif menurut Guilford meliputi dimensi kognitif (yaitu bakat) dan dimensi non kognitif (yaitu minat, sikap, dan kualitas temperamental). Menurut teori ini orang-orang kreatif memiliki ciri-ciri kepribadian yang secara signifikan berbeda dengan orang-orang yang kurang kreatif (Supriadi, 1994).

Munandar (2012) menjelaskan bahwa individu kreatif biasanya berani mengambil risiko (dengan perhitungan) dalam melakukan sesuatu yang amat berarti, penting, dan disukai, mereka tidak terlalu menghiraukan kritik maupun


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

ejekan dari orang lain. Pribadi yang kreatif tidak takut membuat kesalahan dan berani mengemukakan pendapat, berbeda, menonjol, membuat kejutan atau menyimpang dari tradisi. Rasa percaya diri, keuletan, dan ketekunan membuat individu kreatif tidak cepat putus asa dalam mencapai tujuan mereka.

Treffinger (dalam Munandar, 2012) mengatakan bahwa pribadi yang kreatif biasanya lebih terorganisasi dalam tindakan. Rencana inovatif serta produk orisinal mereka telah dipikirkan dengan matang lebih dahulu dengan mempertimbangkan masalah yang mungkin muncul dan implikasinya. Tingkat energi, spontanitas, dan jiwa petualang yang luar biasa sering tampak pada orang kreatif, demikian juga dengan keinginan besar untuk mencoba aktivitas baru dan mengasyikkan (Munandar, 2012).

Lebih lanjut Munandar (2012) menggambarkan bahwa individu kreatif biasanya memiliki rasa humor yang tinggi, dapat melihat masalah dari berbagai sudut pandang, dan memiliki kemampuan untuk bermain dengan ide, konsep, atau kemungkinan-kemungkinan yang di khayalkan. Ciri-ciri perilaku yang ditemukan pada orang-orang yang memberikan sumbangan kreatif yang menonjol di masyarakat Indonesia digambarkan sebagai berikut: berani dalam pendirian/keyakinan, ingin tahu, mandiri dalam berpikir dan mempertimbangkan, bersibuk diri terus menerus dengan pekerjaannya, intuitif, ulet, tidak bersedia menerima pendapat dan otoritas begitu saja.

c. Produk Kreatif

Kriteria ketiga adalah produk kreatif, yang menunjuk pada hasil perbuatan, kinerja, atau karya seseorang dalam bentuk barang atau gagasan (Supriadi, 1994). Menurut Munandar (2012) pada pribadi kreatif, jika memiliki kondisi pribadi dan lingkungan yang menunjang (press), atau lingkungan yang memberi kesempatan/peluang untuk bersibuk diri secara kreatif maka diprediksikan bahwa produk kreativitas akan muncul.

Kriteria produk ini dipandang sebagai hal yang paling eksplisit untuk menentukan kreativitas seseorang, sehingga disebut sebagai "kriteria puncak" (*the ultimate criteria*) bagi kreativitas (Amabile, 1983; Shapiro, 1973;


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Supriadi, 1994). Produk kreatif ditentukan oleh sejauh mana produk tersebut memiliki kebaruan (*newness, novelty*) atau orisinal, bermanfaat, dan dapat memecahkan masalah (Supriadi, 1994). Lebih lanjut Besenger dan Treffinger (dalam Munandar, 2012) menunjukkan bahwa produk kreatif dapat digolongkan menjadi beberapa kategori, yaitu kebaruan (novelty); pemecahan (resolution); serta kerincian (elaboration); dan sintesis. Mirip dengan penjelasan Rogers (dalam Vernon, 1982) mengemukakan kriteria untuk produk kreatif adalah :

1) Produk itu harus nyata (*observable*)
2) Produk itu harus baru
3) Produk iru adalah hasil dari kualitas unik individu dalam interaksi dengan lingkungannya.

Dalam proses penilaiannya, proses identifikasi kreativitas dilakukan melalui analisis objektif terhadap produk, pertimbangan subjektif oleh peneliti atau para ahli, dan melalui tes (Supriadi, 1994).

### 2.2.3 Ciri-ciri Utama Kreativitas

Dalam studi-studi faktor analisis seputar ciri utama kreativitas, Guilford (dalam Munandar, 2012) membedakan antara *aptitude* dan *non-aptitude traits* yang berhubungan dengan kreativitas. Munadar (1992) menjelaskan bahwa ciri-ciri *aptitude traits* dari kreativitas (berpikir kreatif) adalah ciri-ciri yang berhubungan dengan kognisi, meliputi kelancaran, kelenturan (fleksibilitas), dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan mengelaborasi suatu gagasan, kemudian ciri-ciri ini dioperasionalisasikan dalam tes berpikir divergen (Munandar, 2012).

Namun Munandar lebih lanjut menjelaskan bahwa produktivitas kreatif tidak sama dengan produktivitas divergen, sejauh mana seseorang mampu menghasilkan prestasi kreatif juga ditentukan oleh ciri-ciri *non-aptitude* (afektif). Penelitian berdasarkan analisis faktor menunjukkan korelasi statistik yang signifikan meskipun rendah. Adapun ciri-ciri *non-aptitude* atau afektif tersebut adalah ciri-ciri yang lebih berkaitan dengan


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

sikap atau perasaan (Munandar, 1992), antara lain seperti: kepercayaan diri, keuletan, apresiasi estetik, dan kemandirian (Munandar, 2012). Ciri-ciri afektif dari kreativitas ini juga dapat diketahui dari sikap kreatif, kepribadian kreatif, dan motivasi kreatif (Supriadi, 1994). Berikut penjelasan mengenai ciri-ciri kemampuan berpikir kreatif (*aptitude*) dan ciri-ciri afektif (*non-aptitude*) dari kreativitas.

2.2.3.1 Ciri-ciri Kemampuan Berpikir Kreatif (*Aptitude*)

1. keterampilan berpikir lancar

   Definisi :

- mencetuskan banyak gagasan, jawaban, penyelesaian masalah, atau pertanyaan
- memberikan banyak cara atau saran untuk melakukan berbagai hal
- selalu memikirkan lebih dari satu jawaban.

2. Keterampilan Berpikir Luwes (Fleksibel)

   Definisi :

- menghasilkan gagasan, jawaban, atau pertanyaan yang bervariasi
- dapat melihat suatu masalah dari sudut pandang yang berbeda-beda
- mencari banyak alternatif atau arah yang berbeda-beda
- mampu mengubah cara pendekatan atau cara pemikiran.

3. Keterampilan Berpikir Orisinal

   Definisi :

- mampu melahirkan ungkapan yang baru dan unik
- memikirkan cara yang tidak lazim untuk mengungkapkan diri
- mampu membuat kombinasi-kombinasi yang tidak lazim dari bagian- bagian atau unsur-unsur.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

4. Keterampilan Memperinci (Mengelaborasi)

Definisi :

- mampu memperkaya dan mengembangkan suatu gagasan atau produk
- menambahkan atau memperinci detil-detil dari suatu objek, gagasan , atau situasi sehingga menjadi lebih menarik.

5. Keterampilan Menilai (Mengevaluasi)

Definisi :

- menentukan patokan penilaian sendiri dan menentukan suatu pertanyaan benar, suatu rencana sehat, atau suatu tindakan bijaksana
- mampu mengambil keputusan terhadap situasi yang terbuka
- tidak hanya mencetuskan gagasan, tetapi juga melaksanakannya.

2.2.3.2 Ciri-ciri Afektif (*Nonaptitude*)

1. Rasa Ingin Tahu

   Definisi :

   - selalu terdorong untuk mengetahui lebih banyak
   - mengajukan banyak pertanyaan
   - selalu memerhatikan orang, objek, dan situasi
   - peka dalam pengamatan dan ingin mengetahui/meneliti.

2. Bersifat Imajinatif
   - mampu memperagakan atau membayangkan hal-hal yang tidak atau belum pernah terjadi
   - menggunakan khayalan, tetapi mengetahui perbedaan antara khayalan dan kenyataan.

3. Merasa Tertantang oleh Kemajemukan

   Definisi :


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

- terdorong untuk mengatasi masalah yang sulit
- merasa tertantang oleh situasi-situasi yang rumit
- lebih tertarik pada tugas-tugas yang sulit.

4. Sifat Berani Mengambil Risiko

   Definisi :

   - berani memberikan jawaban meskipun belum tentu benar
   - tidak takut gagal atau mendapat kritik
   - tidak menjadi ragu-ragu karena ketidakjelasan, hal-hal yang tidak konvensional, atau yang kurang berstruktur.

5. Sifat Menghargai

   Definisi :

   - dapat menghargai bimbingan dan pengarahan dalam hidup
   - menghargai kemampuan dan bakat-bakat sendiri yang sedang berkembang.

### 2.2.4 Alat Ukur Kreativitas di Indonesia

Tes untuk mengukur kreativitas meliputi *aptitude traits* atau ciri kognitif dari kreativitas dan *non-aptitude traits* atau ciri afektif dari kreativitas. Tes kreativitas pertama yang dikonstruksi di Indonesia oleh Utami Munandar (1977), adalah Tes Kreativitas Verbal (mengukur kemampuan berpikir divergen) dan skala sikap kreatif. Selanjutnya pada tahun 1988 dilakukan standardisasi Tes Kreativitas Figural oleh Fakultas Psikologi Universitas Indonesia (dalam Munandar, 2012).

1. Tes Kreativitas Verbal (TKV)

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kreativitas adalah Tes Kreativitas Verbal oleh Munandar (1977) yang menggunakan model struktur intelek dari Guilford (1958) sebagai dasar teori. Berdasarkan teori tersebut, kemampuan intelek meliputi tiga dimensi, yang masing-masing


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

dibedakan lagi menjadi beberapa kategori atau jenis. Berikut dimensi serta kategorinya :

- Dimensi ***Operation***, yaitu berdasarkan proses psikologis dasar yang terlibat. Terdiri dari lima kategori, yaitu: *cognition, memory, convergent thinking, divergent thinking,* dan *evaluation.*
- Dimensi ***Content*** atau materi, yaitu wilayah informasi dimana operasi dapat diterapkan. Dimensi ini memiliki empat kategori, yaitu *figural, symbolic, semantic, dan behavioral.*
- Dimensi ***Product***, yaitu hasil dari penerapan operasi tertentu pada materi tertentu. Meliputi enam kategori, yaitu *unit, class, relation, system, transformation,* dan *implication.*

3. Tes Kreativitas Figural (TKF)

Tes Kreativitas yang merupakan adaptasi *Circle Test* dari Torrence ini pertama kali digunakan di Indonesia pada tahun 1976 (Munandar, 1977), kemudian tahun 1988 dilakukan penelitian standardisasi Tes Kreativitas Figural untuk umur 10-18 tahun oleh Fakultas Psikologi Universitas Indonesia (Munandar, 1988, dalam Munandar, 2012). Manfaat penelitian tersebut adalah memberikan perspektif yang lebih luas dari pengukuran kemampuan berpikir kreatif. Disamping tes kreativitas dengan konten verbal diperlukan juga tes kreativitas dengan konten figural (Munandar, 2012)

Seperti TKV, TKF juga mengukur aspek kelancaran, kelenturan, orisinalitas, dan elaborasi dari kemampuan berpikir kreatif. Nilai tambah dari TKF ini adalah disamping mengukur aspek-aspek yang sama dengan TKV, TKF memungkinkan mendapat ukuran dari kreativitas sebagai kemampuan untuk membuat kombinasi antara unsur-unsur yang diberikan, yaitu dengan memberikan skor untuk bonus orisinalitas jika subjek mampu menggabung dua lingkaran atau lebih menjadi sebuah objek; makin banyak lingkaran yang dapat digabung, makin tinggi nilai (skor) yang akan diperoleh (Munandar, 2012).


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Dalam penelitian ini, alat ukur kreativitas yang digunakan adalah Tes Kreativitas Verbal (TKV). Alasannya adalah karena dalam berwirausaha seseorang dituntut untuk mampu berkomunikasi secara verbal (melalui kata-kata) agar barang/jasa yang dijualnya laku dalam rangka mendapatkan keuntungan yang besar (ciri kepribadian wirausaha: oportunis), jadi diperlukan kreativitas verbal dalam memengaruhi orang lain. Selain itu mereka juga perlu memiliki kreativitas verbal yang baik dalam rangka mengajak orang lain untuk diajak untuk bekerjasama, sehingga dalam berwirausaha lebih banyak ditemukan tuntutan untuk berpikir kreatif secara verbal daripada figural. Oleh sebab itu peneliti memilih TKV sebagai alat ukur kreativitas individu dalam penelitian ini.

## 2.3 Wirausaha (*Entrepreneurship*)

Wirausaha merupakan sumber utama tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi, dan inovasi, mempromosikan kualitas produk dan pelayanan, persaingan, dan fleksibilitas ekonomi. Secara umum wirausaha merupakan proses kreatif yang dilakukan oleh individu dalam menghasilkan maupun mengembangkan ide, gagasan, dan karya baru yang dimilikinya menjadi nilai ekonomi yang mendatangkan keuntungan bagi individu maupun masyarakat dengan pertimbangan segala risiko dalam mengimplementasikan temuan tersebut.

Wirausaha dapat diamati melalui kisah seorang pengusaha muda terkaya di Thailand bernama Top Ittipad (26 tahun). Top terkenal dengan bisnis makanan ringan rumput lautnya yang bernama “Tao Kae Noi” yang awalnya dijual di *Seven-eleven*. Top terinspirasi dari makanan ringan rumput laut yang diberikan mantan kekasihnya, dia pun ingin menjalankan bisnis tersebut dan melakukan berbagai eksplorasi. Mulai dari mencari bahan, cara penggorengan dan cara agar makanan tersebut tidak cepat basi, membuat bungkus yang menarik, dan pembelajaran ini menghabiskan dana yang cukup besar yakni lebih dari 100 ribu baht. Untuk dapat memasukkan produk tersebut ke *seven-evelen*, Top harus memiliki pabrik


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

dengan standar yang diberikan perusahaan dan mampu memproduksi dalam jumlah yang besar. Top hampir putus asa, namun tetap mencoba peluang terakhir untuk memenuhi standar tersebut dengan memanfaatkan bekas kantor kecil milik ayahnya dulu menjadi sebuah pabrik kecil. Akhirnya usaha ini berhasil dan produk yang dibuat Top dapat memasuki mini market *seven-eleven.* Dalam waktu dua tahun Top mampu membayar hutang keluarganya, dan setiap tahunnya usaha ini mampu meraih keuntungan hingga 800 baht pertahun dan mempekerjakan 2.000 staf.

### 2.3.1 Definisi Wirausaha

Adapun penjelasan mengenai wirausaha dapat dipahami melalui beberapa definisi berikut. Bagi para ahli ekonomi, seorang wirausahawan merupakan seseorang yang membawa sumber daya, tenaga kerja, material, dan aset lainnya untuk dikombinasikan menjadi sesuatu yang lebih bernilai dibandingkan sebelumnya, dan juga memperkenalkan perubahan, inovasi, dan pemesanan (Hisrich, 1990). Definisi ini memberikan definisi mengenai pelaku wirausaha itu seperti apa dari sudut pandang ekonomi, bukan definisi dari wirausaha itu sendiri.

Selanjutnya Byham dan Asosiasi (1997, dalam Byham, 2000) menjelaskan wirausahawan sebagai *"an individual who identifies and exploits opportunities for new products, services, and markets. Entrepreneurs are always alert for creative, novel ideas. They might generate the ideas themselves or take existing opportunities or proposals down a new path. Entrepreneurs are able to look at events from a unique perspective and develop the ideas that have never been thought of."* Definisi ini lebih kepada menjelaskan pribadi wirausaha seperti apa, yaitu seseorang yang mampu mengidentifikasi dan mengeksploitasi keuntungan akan produk, jasa, dan pasar yang baru, individu kreatif yang mampu mengembangkan ide dan melihat suatu kejadian dari sudut pandang yang unik. Jadi definisi ini belum menjelaskan wirausaha secara lengkap, namun cenderung menjelaskan kemampuan dan perilaku seperti apa yang dimiliki oleh seseorang yang berwirausaha.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Hisrich, Peter, dan Sheperd (2005, dalam Hisrich, Langan-Fox, & Grant 2007) menjelaskan bahwa *"entrepreneurship is the process of creating something new with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychic, and social risks, and receiving resulting rewards."* Definisi ini menjelaskan bahwa wirausaha merupakan proses pembuatan sesuatu yang baru dan bernilai dengan mencurahkan segala usaha dan waktu, dan diiringi dengan asumsi akan risiko keuangan, jiwa, dan sosial, serta menerima penghargaan yang menghasilkan, definisi ini menggambarkan bahwa dalam berwirausaha terdapat proses kreatif, pengorbanan dan kegigihan, dengan mempertimbangkan risiko dan hasil yang akan didapatkan. Definisi ini cukup menjelaskan wirausaha dengan lebih lengkap mengenai wirausaha itu sendiri, proses seperti apa yang bisa dikatakan sebagai wirausaha, bukan hanya ciri kepribadian orang yang berwirausaha.

### 2.3.2 Tipe- tipe Wirausahawan

Hisrich, Peter, dan Sheperd (2005, dalam Hisrich, Langan-Fox, & Grant, 2007) menjelaskan bahwa wirausaha dikonseptualisasi pada suatu kontinum yang berkisar dari wirausahawan pada satu sisi dan pada sisi lain sebagai administrator. Hal ini juga bisa dilihat pada istilah pasti yang disebut "*new firm versus no new firm,*" atau istilah lainnya "*more entrepreneunial versus less entrepreneunial.*" Suatu perbedaan penting adalah antara penemuan (keuntungan penemuan) dan inovasi (keuntungan eksploitasi/pemanfaatan). Hisrich lebih lanjut menjelaskan tipe wirausahawan lainnya, yaitu :

a. Team Entrepreneurs

*Team Entrepreneurs* (tim wirausaha) mengarah kepada sekelompok pemilik dan pengelola pada firma yang sama, hal ini biasanya diterapkan dalam perusahaan keluarga. Sebuah bisnis akan lebih mudah berkembang dan bertahan ketika terdapat lebih dari satu orang terlibat dalam fase yang mengawalinya (Shane,


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

2003, dalam Hisrich, Langan-Fox, & Grant, 2007). Meskipun secara tradisional penelitian fokus pada *solo entrepreneurs* atau wirausaha yang dijalankan sendiri, namun *team entrepreneur* atau wirausaha berkelompok mulai menyebar dan memainkan peran yang signifikan dalam inovasi produk baru, secara khususnya pada *high-tech industry,* dimana keanekaragaman para ahli benar- benar dibutuhkan (Chowdurry, 2005, dalam Hisrich, Langan-Fox, & Grant, 2007).

b. *Corporate Entrepreneurs ("intrapreneurs")*

Ketika risiko yang tinggi dan biaya yang cukup besar terlibat, maka hal ini disebut sebagai "*intrapreneurship,"* yaitu suatu bentuk *corporate entrepreneur* yang melibatkan para wirausahawan untuk bergabung dalam suatu organisasi yang sudah ada. Seperti wirausahawan, *intrapreneur* mengambil sebuah ide dan mengembangkannya secara penuh, berfungsi, dan diharapkan menjadi bisnis yang menguntungkan (Hisrich, 1990). *Intrapreneurship* penting untuk matangnya sebuah organisasi, dimana orang-orang yang terlibat didalamnya memainkan peran dalam mengenali dan mengembangkan usaha di dalam maupun luar negeri (Hisrich, Langan-Fox, & Grant, 2007).

### 2.3.3 Proses Wirausaha (*Entrepreneurship Process*)

Secara umum wirausaha adalah proses *multiphase* yang yang terdiri atas tujuan wirausaha dan keuntungan yang dicari, penemuan/ pengenalan, evaluasi, dan eksploitasi (Eckhardt & Shane, 2003; Shook, Priem, & McGee, 2003, dalam Hisrich, Langan-Fox, & Grant, 2007). Dalam proses wirausaha, penting untuk membedakan antara *supply side factors* yang dikembangkan oleh ilmu psikologi seperti ciri psikologis (contoh : sikap), dengan *demand side factors* yang dikembangkan ilmu ekonomi seperti barang, jasa, ekonomi dan teknologi (Eckhardt & Shane, 2003; Shaver, 1995, dalam Hisrich, Langan-Fox, & Grant, 2007). Selanjutnya Hisrich,


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Peter, & Sheperd (2005, dalam Hisrich, Langan-Fox, & Grant, 2007) menemukakan bahwa hasil proses wirausaha secara khas terukur dari performa finansial, karena hasil variabel ekonomi dan nonekonomi adalah penting dalam memberikan kreasi usaha, dimana hasil tersebut sering menjadi penghargaan tersendiri.

### 2.3.4 Karakteristik Wirausahawan

Hisrich (1990) menjelaskan bahwa wirausahawan adalah seorang pemimpin yang memiliki dampak terhadap budayanya, mereka yang mampu berbagi visi, membuat sesuatu yang baru dan bernilai kekayaan dengan potensi akan adanya lapangan kerja. Selain itu Bowen dan Hisrich (1986, dalam Hisrich 1990) mengemukakan bahwa orangtua yang suportif dan menganjurkan kemandirian, prestasi, dan tanggung jawab memiliki pengaruh terhadap keinginan anak untuk melakukan wirausaha.

Vandenbos dan Bulatao (2000) melalui observasi juga mengemukakan ciri psikologis dari seorang wirausahawan meliputi: ambisi, keyakinan diri dan optimis, percaya diri dan tegas, kerelaan untuk memperhitungkan risiko, resiliensi dan toleransi yang tinggi akan ambiguitas, mampu untuk bersabar akan kesenangan yang cukup lama tertunda, serta bekerja keras. Selanjutnya Chyi-Lyi (2013) melalui penelitian kuantitif menemukan beberapa ciri-ciri kepribadian wirausaha yang berhubungan dengan optimisme, yaitu kemandirian, berada di dalam kontrol, kreativitas, dan rela mengambil risiko, hal ini menjadikan optimisme juga sebagai karakteristik dari wirausaha.

Wirausaha dapat dikatakan terkait juga dengan gender, yakni Schoon dan Duckworth (2012) menemukan bahwa laki-laki lebih mau untuk berwirausaha daripada perempuan, karena perempuan lebih membutuhkan dukungan finansial orangtua untuk memulai bisnis. Berbeda dengan laki-laki, mereka cenderung berwirausaha karena memiliki ayah yang seorang wirausahawan juga. Lebih lanjut Schoon dan Duckworth menemukan bahwa ketika berumur sepuluh tahun anak laki-laki dengan


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

ayah yang berwirausaha sudah terpapar dengan aktivitas wirausaha, sehingga mereka terfokus dengan dunia kerja dan memiliki pencapaian akademis yang cenderung rendah.

## 2.4 Dinamika Hubungan Optimisme dan Kreativitas pada Mahasiswa yang Berwirausaha

Tingginya biaya pendidikan tinggi membuat mahasiswa kurang mampu harus membiayai kebutuhan tersebut sendiri agar dapat bertahan di perguruan tinggi. Salah satu upaya efektif yang dapat dilakukan mahasiswa adalah dengan berwirausaha, dimana wirausaha mampu meningkatkan pendapatan seseorang. Wirausaha adalah proses pembuatan sesuatu yang baru dan bernilai dengan mencurahkan segala usaha dan waktu, dan diiringi dengan asumsi akan risiko keuangan, jiwa, dan sosial, serta menerima penghargaan yang menghasilkan (Hisrich, dkk, 2007).

Kesuksesan dalam berwirausaha dipengaruhi oleh optimisme dan kreativitas. Manove (dalam Chyi-Lyi, 2013) menemukan bukti bahwa wirausahawan yang optimis memiliki performa yang lebih baik dan lebih kompetitif, penelitian lain juga menemukan bahwa orang yang optimis memiliki pendapatan yang lebih tinggi dan lebih sukses (Carver, dkk, 2010; Forgeard & Seligman, 2012). Optimisme adalah ciri yang menunjukkan kecenderungan individu memandang masa depannya dengan keyakinan yang secara umum menyenangkan (Carver, dkk, 2010). Wirausaha sendiri merupakan suatu bentuk kreativitas, namun dalam dunia yang kompetitif seperti sekarang ini dibutuhkan kreativitas yang tinggi, karena melalui kreativitas seseorang dapat mentransformasikan pemikirannya menjadi nilai ekonomi yang membuat individu atau suatu usaha bertahan dalam kompetisi yang menguntungkan. Maka wirausahawan perlu memiliki kemampuan berpikir kreatif, yaitu suatu proses yang mencerminkan kelancaran, keluwesan, dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengelaborasi suatu gagasan (Munandar, 2012).


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Faktor penting yang memiliki dampak pada kreativitas individu adalah bentuk tujuan yang mengarahkan perilaku dan kerja keras untuk memperoleh hasil yang positif (kesuksesan) akan meningkatkan kreativitas, sedangkan usaha menghindari hasil negatif (kegagalan) akan mengurangi kreativitas (Icekson, dkk, 2014). Individu optimis yakin akan kemampuannya untuk mencapai tujuan tertentu akan menemukan berbagai macam cara baru yang bermanfaat untuk tercapainya tujuan tersebut. Berbeda dengan individu yang pesimis yang berorientasi pada usaha menghindari kegagalan akan membuat dirinya menjadi kurang kreatif, karena kecemasan yang tinggi akan kegagalan membuat individu takut mencoba berbagai hal baru dan hal ini menghambat dirinya dalam menemukan berbagai ide baru dan berguna dalam pencapaian tujuan.

Sejalan dengan penjelasan Kappes dan Sharot (2015) mengemukakan bahwa dalam wirausaha dibutuhkan inovasi untuk membawa kesuksesan wirausaha, dalam inovasi sendiri hal yang terpenting adalah kreativitas, semakin kreatif wirausahawan semakin meningkat level inovasi usaha. Lebih lanjut, Kappes dan Sharot menjelaskan bahwa optimisme muncul untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam wirausaha. Kecenderungan optimis yang dimiliki individu membuatnya lebih mampu membayangkan lebih banyak hal-hal baik secara detail, hal ini membuat individu berusaha menemukan berbagai cara untuk mewujudkan keyakinan tersebut. Keyakinan akal hal baik memunculkan afek yang baik juga, sehingga motivasi terjaga dan kecemasan menurun, dan hal ini membuat individu menjadi lebih fleksibel dalam berpikir serta termotivasi untuk menemukan solusi dan ide baru (Kappes & Sharot, 2015).


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

# BAB 3

# METODE PENELITIAN

Pembahasan yang tercakup pada bab ini meliputi gambaran umum payung penelitian, masalah penelitian, hipotesis penelitian, variabel penelitian, tipe penelitian dan desain penelitian, partisipan penelitian (populasi dan sampel), alat ukur penelitian, tahapan penelitian, dan tabulasi data.

## 3.1 Gambaran Umum Payung Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini merupakan bagian dari sebuah payung penelitian atau penelitian kelompok yang dilakukan bersama beberapa peneliti lain dengan satu topik umum, yaitu 'optimisme'. Berangkat dari topik umum tersebut, peneliti memfokuskan penelitian untuk melihat gambaran optimisme dan kreativitas serta hubungan keduanya pada mahasiswa yang berwirausaha.

## 3.2 Masalah Penelitian

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah

1. Apakah mahasiswa yang berwirausaha adalah individu yang memiliki optimisme ?
2. Apakah mahasiswa yang berwirausaha adalah individu yang memiliki kreativitas (kemampuan kreatif) tinggi ?
3. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara optimisme dengan kreativitas (kemampuan kreatif) pada mahasiswa yang berwirausaha ?

## 3.3 Hipotesis Penelitian

### 3.3.1 Hipotesis Alternatif

$H_{a\ 1}$: Mahasiswa yang berwirausaha adalah individu yang memiliki optimisme.

$H_{a\ 2}$: Mahasiswa yang berwirausaha memiliki kreativitas (kemampuan kreatif) tinggi.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

$H_{a\ 3}$ : Terdapat hubungan yang signifikan antara optimisme dengan kreativitas pada mahasiswa yang berwirausaha.

3.3.2 Hipotesis *Null*

$H_{0\ 1}$ : Mahasiswa yang berwirausaha adalah individu yang tidak memiliki optimisme.

$H_{0\ 2}$ : Mahasiswa yang berwirausaha adalah individu yang tidak memiliki kreativitas (kemampuan kreatif) tinggi.

$H_{0\ 3}$ : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara optimisme dengan kreativitas (kemampuan kreatif) pada mahasiswa yang berwirausaha.

3.4 Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Optimisme

Optimisme menurut Carver, Scheier, dan Segerstrom (2010) adalah ciri yang menunjukkan kecenderungan individu memandang masa depannya dengan keyakinan yang secara umum menyenangkan. Variabel ini dioperasionalkan melalui skor total kuesioner *Life Orientation Test-Revised (LOT-R)* yang dikembangkan oleh Scheier, Carver, dan Bridges (1994).

3.4.2 Variabel Kreativitas

Definisi operasional kreativitas menurut Munandar (1999) adalah "kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas), dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengelaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci) suatu gagasan."



Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

## 3.5 Tipe dan Desain Penelitian

### 3.5.1 Tipe Penelitian

Penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan tiga sudut pandang (Kumar, 2005), yaitu aplikasi (*application)*, tujuan (*objective*), dan cara pengambilan data (*inquiry mode employed)*.

Berdasarkan sudut pandang aplikasi penelitian, penelitian ini tergolong ke dalam penelitian terapan, karena mengaplikasikan teknik, prosedur, dan metode yang membentuk metodologi penelitian diterapkan untuk mengumpulkan informasi mengenai berbagai aspek isu/fenomena yang diteliti sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman mengenai optimisme dan kreativitas. Fenomena yang diteliti pada penelitian ini adalah gambaran hubungan optimisme dengan kreativitas (kemampuan kreatif) pada mahasiswa yang berwirausaha.

Ditinjau dari cara perolehan data, penelitian ini termasuk pada penelitian kuantitatif, karena peneliti mengukur variabel individu yang menjadi partisipan berdasarkan skor (dalam nilai angka), sehingga dapat dianalisis secara statistik untuk kemudian disimpulkan dan diberi interpretasi (Gravetter & Forzano, 2012). Kuantifikasi dilakukan terhadap informasi yang didapatkan di lapangan melalui batere tes dan kuesioner yang diberikan kepada partisipan penelitian.

Penelitian kuantitatif ini lebih khususnya menggunakan strategi penelitian korelasional, karena ingin melihat hubungan antara optimisme dengan kreativitas pada mahasiswa yang berwirausaha, bukan untuk menjelaskan hubungan tersebut (Gravetter & Forzano, 2012).

### 3.5.2 Desain Penelitian

Kerlinger dan Lee (2000) mendefinisikan desain penelitian sebagai rencana dan struktur penelitian yang dirancang untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan penelitian. Lebih lanjut, Kerlinger dan Lee


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

mengatakan bahwa penelitian yang mengukur variabel psikologi, sosial, dan pendidikan pada stusktur sosial yang sebenarnya dapat dikelompokan ke dalam *field study.*

Kemudian Kumar (2005) mengelompokkan desain penelitian berdasarkan tiga perspektif berbeda yaitu: jumlah kontak, referensi periode, dan sifat penelitian. Jika ditinjau dari sudut pandang jumlah kontak, desain penelitian terbagi atas *cross-sectional studies, before-and-after studies,* dan *longitudinal studies.* Berdasarkan pembagian tersebut, penelitian ini tergolong pada *cross- sectional studies.* Hal ini dikarenakan penelitian yang dilakukan pengukuram kedua variabel pada sampel penelitian dilihat dari berbagai bagian (section) dalam satu kali pengambilan data, jadi peneliti hanya melakukan satu kali kontak dengan partisipan dalam pengambilan data penelitian. Hulley, Cummings, dan Newman (2013) menjelaskan bahwa dalam *cross-sectional study,* semua pengkuran variabel diambil dalam satu waktu, jadi tidak ada periode *follow-up.* Desain ini cocok untuk untuk melihat gambaran variabel dan pola persebarannya serta hubungan antara variable. Jika ditinjau dari referensi periode, penelitian ini tergolong pada *retrospective study design* karena data yang diambil dalam penelitian ini adalah informasi yang memang telah ada tersedia dalam diri responden.

Selanjutnya, jika ditinjau dari sifat penelitian, penelitian ini tergolong pada *non-experimental study,* karena penelitian dilakukan pada situasi yang natural dan tidak ada manipulasi yang diberikan kepada partisipan, serta tidak diberlakukan pembagian kelompok sampel kepada kelompok kontrol atau eksperimen. Kerlinger dan Lee (2000) mengatakan bahwa Penelitian noneksperimental merupakan penelitian dalam *setting* alamiah dimana variabel penelitian tidak dapat dikontrol secara langsung oleh peneliti karena sudah terbentuk dan tidak dimanipulasi.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

## 3.6 Partisipan Penelitian

### 3.6.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Indonesia yang berwirausaha, namun peneliti mengambil sampel beberapa mahasiswa Universitas Indonesia (UI) yang berwirausaha. Pemilihan sampel ini dikarenakan alasan kemudahan akses pengambilan data, dan kemudahan partisipan yang merupakan mahasiswa UI untuk datang ke Fakultas Psikologi UI.

### 3.6.2 Karakteristik Sampel

Karakteristik sampel dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa Universitas Indonesia dengan status aktif.
2. Berwirausaha ketika menjadi mahasiswa.

### 3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* atau lebih tepatnya *convenience sampling,* yaitu memilih sampel yang merupakan individu yang rela dan memenuhi kriteria untuk menjadi partisipan dan merupakan partisipan yang mudah didapatkan untuk menjadi partisipan penelitian (Gravetter & Forzano, 2012).

Teknik pemilihan sampel juga dilakukan secara *snowball sampling*, yaitu proses pemilihan sampel yang menggunakan jaringan. Cara ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi beberapa individu yang tergabung dalam suatu komunitas atau organisasi. Kemudian, mereka diminta untuk mengidentifikasi anggota kelompok lainnya, selanjutnya hasil identifikasi tersebut menjadi sumber pengumpulan data hingga memenuhi kebutuhan (Kumar, 1999).

Peneliti kemudian menghubungi beberapa orang yang dikenal dan memiliki karakteristik sampel yang sesuai untuk menjadi responden, yang kemudian memintanya untuk mengajak kenalannya yang memiliki karakteristik sampel yang sesuai untuk menjadi responden juga.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Selanjutnya, peneliti juga akan menghubungi kontak partisipan yang berwirausaha yang didapatkan dari pengisian data kuesioner anggota payung penelitian yang sama untuk diajak membantu peneliti menjadi partisipan. Selain itu peneliti menghubungi salah seorang anggota dari suatu komunitas atau organisasi yang merupakan perkumpulan para mahasiswa UI yang berwirausaha untuk menjaring responden yang lebih banyak.

### 3.6.4 Jumlah Sampel

Gravetter dan Forzano (2009) mengatakan bahwa besar sampel dengan total sekitar 30 sudah dinilai dapat mengurangi kesenjangan antara *mean* populasi dan *mean* sampel. Namun lebih lanjut Gravetter dan Forzano (2012) juga mengatakan bahwa semakin besar jumlah sampel maka akan semakin representatif penelitian tersebut. Pada ranah statistik hal ini dikenal dengan *law of large numbers*, yakni semakin besar sampel maka akan semakin banyak nilai yang didapatkan dari sampel dan semakin mirip dengan nilai nyata yang ada di populasi (Gravetter & Forzano, 2012).

Mempertimbangkan karakteristik sampel yang cukup unik, tetapi semakin banyak sampel makan penelitian akan menjadi semakin representatif, maka jumlah sampel yang ditargetkan adalah sebanyak 150 orang, namun pada pelaksanaannya peneliti hanya berhasil menjaring 43 partisipan.

## 3.7 Alat Ukur Penelitian

### 3.7.1 Alat Ukur Optimisme

Alat ukur yang akan digunakan untuk mengukur optimisme responden adalah *Life Orientation Test-Revised* (*LOT-R)* yang dikembangkan oleh Scheier, Carver, dan Bridge (1994). Alat ukur ini berupa kuesioner yang terdiri atas sepuluh item yang mengukur optimisme versus pesimisme individu. Berdasarkan sepuluh item tersebut, tiga item


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

mengukur optimisme, tiga item mengukur pesimisme, dan empat item diberikan sebagai pengecoh (*filler*). Responden diminta untuk menilai setiap item pada empat titik skala, yaitu 0= sangat tidak sesuai, 1= tidak sesuai, 2= biasa saja/netral, 3= sesuai, 4= sangat sesuai.

Item yang dihitung untuk mendapatkan skor pada alat ukur LOTR sebenarnya hanya terdiri dari enam item, yaitu item nomor 1, 3, 4, 7, 9, dan 10. Item nomor 1, 4, dan 10 adalah item *favorable* yang mengandung pernyataan positif menunjukkan optimisme, sedangkankan item nomor 3, 7, dan 9 adalah item yang *unfavorable* yang mengandung pernyataan negatif sehingga nilainya harus ditukar dan item- item ini menunjukkan pesimisme.

Tabel 3.1 Kisi- kisi Alat Ukur Optimisme LOT-R

| No | Kategori Item | Nomor Item | Contoh Item |
|---|---|---|---|
| 1 | Positif | 1,4, dan 10 | Secara keseluruhan saya menduga bahwa lebih banyak hal- hal baik terjadi pada saya dibandingkan hal yang buruk |
| 2 | Negatif | 3,7, dan 9 | Jika sesuatu yang buruk harus terjadi pada saya, maka itu akan terjadi. |
| 3 | Pengecoh | 2, 5, 6, dan 8 | Adalah mudah bagi saya untuk santai |

Tabel 3.2 Respon Jawaban Item Optimisme

| Respon Jawaban | Skor Favorable | Skor Unfavorable |
|---|---|---|
| Sangat Tidak Sesuai | 0 | 4 |
| Tidak Sesuai | 1 | 3 |
| Biasa saja | 2 | 2 |
| Sesuai | 3 | 1 |
| Sangat Sesuai | 4 | 0 |


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Cara perhitungan skor LOT-R ini adalah dengan menjumlahkan seluruh skor pada enam item, yaitu item 1, 3, 4, 7, 9, dan 10. Namun penjumlahan skor dilakukan setelah mengubah nilai skor pada item yang *unfavorable,* yaitu item 3, 7, dan 9. Total skor LOT-R yang tinggi menunjukkan partisipan memiliki nilai optimisme yang tinggi, sedangkan total skor yang rendah menandakan kemungkinan partisipan pesimis.

LOT-R memiliki konsistensi internal yang cukup baik (Cronbach's Alpha = 0,78) dan nilai reliabilitas *test-retest* melalui pengujian skor pada sampel mahasiswa yang berbeda dengan jarak waktu pengulangan tes yang berbeda pula, menghasilkan nilai reliabilitas antara 0,56 hingga 0,79. Akan tetapi alat ukur ini belum pernah diadaptasi secara resmi ke dalam versi bahasa Indonesia. Peneliti yang tergabung dalam payung penelitian sepakat untuk menggunakan alat ukur yang sudah pernah digunakan sebelumnya pada penelitian sebelumnya pada populasi yang sama. Peneliti menemukan alat ukur LOT-R yang telah diadaptasi ke bahasa Indonesia dalam beberapa tugas akhir sarjana psikologi. Berdasarkan beberapa alat ukur yang telah diadaptasi tersebut, peneliti memilih alat ukur yang digunakan Isma (2013) sebagai alat ukur optimisme penelitian ini, dengan nilai reliabilitas alat ukur LOT-R sebesar 0,630 dan nilai validaitas yang menunjukkan konsistensi internal sebesar 0,29-0,42.

3.7.2 Alat Ukur Kreativitas

Batere Tes Kreativitas Verbal (TKV) ini terdiri dari enam subtes. Setiap subtes memiliki batas waktu yang cukup sehingga memberi kesempatan bagi subyek untuk mengekspresikan ide-idenya. Keenam subtes tersebut adalah :

1. Permulaan kata
2. Menyusun kata
3. Membentuk kalimat tiga kata
4. Sifat- sifat yang sama
5. Macam- macam penggunaan
6. Apa akibatnya


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Keenam subtes di atas tergolong dimensi ***operation***, dengan kategori *divergent thinking* dan dimensi ***content*** (kategori verbal), namun dengan dimensi ***product*** yang berbeda-beda. Setiap subtes menilai aspek yang berbeda dari kreativitas pada setiap subyek. Berikut keterangan dari masing- masing subtes :

1. **Permulaan kata**

   Subtes ini memiliki batas waktu **2 menit** untuk setiap item. Pada subtes ini subyek harus memikirkan sebanyak mungkin kata yang diawali dengan susunan huruf tertentu yang diberikan. Subtes ini mengukur '**kelancaran kata**', yaitu kemampuan untuk menemukan kata-kata yang memenuhi persyaratan struktural tertentu.

2. **Menyusun kata**

   Subtes ini mempunyai batas waktu **2 menit** untuk setiap item. Pada subtes ini, subyek harus menyusun sebanyak mungkin kata dengan menggunakan huruf-huruf dari sebuah kata yang diberikan (**anagram**). Subtes ini juga mengukur **kelancaran kata,** akan tetapi berbeda dengan permulaan kata, karena itu menuntut keterampilan dan reorganisasi perseptual.

3. **Membentuk kalimat tiga kata**

   Subtes ini mempunyai batas waktu **3 menit** untuk setiap item. Pada subtes ini, subyek harus membentuk kalimat-kalimat yang terdiri dari tiga kata, dimana huruf pertama pada setiap kata telah ditentukan, akan tetapi urutan dalam penggunaan ketiga huruf tersebut boleh sekehendak subyek. Subtes ini merupakan ukuran dari '**kelancaran dalam ungkapan**', yaitu kemampuan untuk menyusun kalimat-kalimat yang memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu.

4. **Sifat- sifat yang sama**

   Subtes ini memiliki batas waktu **2 menit** untuk setiap item. Pada subtes ini, subyek harus menemukan sebanyak mungkin obyek-obyek yang semuanya memiliki dua sifat yang ditentukan.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Subtes ini merupakan ukuran dari '**kelancaran dan memberikan gagasan**', yaitu kemampuan untuk mencetuskan gagasan yang memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu dalam waktu yang terbatas.

**5. Macam- macam penggunaan**

Subtes ini memiliki batas waktu **2 menit** untuk setiap item. Pada subtes ini, subyek harus memikirkan sebanyak mungkin penggunaan sebuah benda sehari-hari yang telah ditentukan, namun penggunaan tersebut haruslah merupakan penggunaan yang tidak lazim (tidak biasa). Penggunaan yang seharusnya diperuntukkan bagi benda tersebut tidak perlu dituliskan sebagai jawaban. Subtes ini merupakan ukuran dari '**fleksibilitas dalam pemikiran**', karena dalam subtes ini subyek harus dapat melepaskan diri dari kebiasaan untuk melihat sebuah benda sebagai alat untuk melakukan hal/pekerjaan tertentu saja.

Selain mengukur fleksibilitas dalam pemikiran, subtes ini juga mengukur '**orisinalitas dalam pemikiran**' dimana orisinalitas ditentukan secara statitis, yaitu dengan melihat kelangkaan jawaban- jawaban dalam sampel.

**6. Apa akibatnya**

Subtes ini mempunyai batas waktu **4 menit** untuk setiap item. Pada subtes ini subyek harus memikirkan segala sesuatu yang mungkin terjadi sebagai akibat dari suatu kejadian hipotesis yang telah ditentukan. Kejadian atau peristiwa tersebut sebenarnya tidak mungkin terjadi di Indonesia, akan tetapi subyek harus mengandaikan apabila hal itu terjadi di Indonesia dan apa saja akibatnya. Subtes ini menuntut subyek untuk menggunakan daya imajinasinya dan dapat menguraikan gagasan-gagasannya.

Subtes keenam ini merupakan ukuran dari '**kelancaran dalam memberikan gagasan**', dikombinasikan dengan '**elaborasi**' dimana elaborasi diartikan sebagai kemampuan untuk


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

dapat mengembangkan suatu gagasan, memperincinya, dengan menghasilkan berbagai implikasi.

Tes Kreativitas Verbal (TKV) memiliki reliabilitas (keterandalan) yang cukup baik, berdasarkan hasil studi Munandar (1977), yaitu :

a. *Interscorer reliability* berkisar 0,94 hingga 0,99
b. *Test- retest reliability*. Pada siswa SD berkisar antara 0,65 hingga 0,75, sedangkan pada siswa SMP antara 0,68 hingga 0,86.
c. *Split-half reliability* (dikoreksi untuk seluruh tes) sebesar 0,95 (baik SD maupun SMP).

Validitas TKV sendiri berdasarkan analisis faktor membenarkan identifikasi ukuran-ukuran kreativitas sebagai suatu konstruksi tersendiri yang relatif kompak dan dapat dibedakan dari ukuran-ukuran inteligensi (Munandar, 1977).

Tes ini sudah memiliki standar baku untuk scoring dan norma kelompok. Jadi skor total dari masing-masing subtes dijumlahkan untuk mendapatkan nilai mentah (*raw score*), kemudian nilai mentah diubah menjadi *standard score* berupa skor *creativity quotient* dan mengelompokkannya sesuai dengan norma yang ada. Norma dari Tes Kreativitas Verbal ini adalah seperti yang tertera pada tabel 3.3 berikut.

Tabel 3.3 Penggolongan *Creativity Quotient (CQ)*

| Skor *creativity quotient* | Kelompok |
|---|---|
| < 65 | *Defective* |
| 66- 79 | *Borderline* |
| 80- 90 | *Dull Normal* |
| 91- 110 | *Average* |
| 111- 119 | *Bright Normal* |
| 120- 127 | *Superior* |
| > 128 | *Very Superior* |


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Tes Kreativitas Verbal mengukur kemampuan kelancaran kata, kelenturan dan orisinalitas dalam berpikir dan merepresentasikan kreativitas dari segi 'berpikir kreatif'. Alat ukur ini dianggap tepat untuk mengukur kreativitas mahasiswa yang berwirausaha karena kreativitas yang ingin dilihat dari seorang wirausahawan disini adalah bagaimana wirausahawan mendapatkan keuntungan yang besar dari usahanya, yakni bagaimana dirinya bisa memperoleh banyak konsumen untuk membeli produk ataupun jasa yang dijualnya. Selain itu, wirausahawan muncul sebagai pemimpin yang efektif, yakni seseorang yang mampu mengkomunikasikan visi yang dimilikinya agar orang lain mau bekerja sama untuk hal itu, baik pelanggan maupun kolega bisnisnya. Maka dari itu, kreativitas di sini akan lebih tepat jika diukur berdasarkan rangsangan verbal melalui Tes Kreativitas Verbal yang dapat digunakan untuk individu yang berusia sepuluh tahun ke atas.

### 3.7.3 Analisis Statistik

Terkait dengan tujuan penelitian adalah untuk melihat adanya hubungan linear antara kedua variabel yang dikenal dengan korelasi, maka dilakukan korelasi antara total skor LOT-R dengan total skor TKV melalui teknik analisis statistik *Pearson Correlation.*

## 3.8 Tahapan Penelitian

### 3.8.1 Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, peneliti melakukan pencarian literatur untuk pemahaman yang lebih dalam mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Kemudian mencari alat ukur yang dianggap tepat untuk diterapkan dalam penelitian, yakni berupa kuesioner *Life Orientation Test-Revised (LOT-R)* untuk mengukur optimisme, dan batere Tes Kreativitas Verbal (TKV) untuk mengukur kemampuan berpikir kreatif (kreativitas).


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Untuk alat ukur LOT-R sendiri peneliti sudah mendapatkan alat ukur dalam versi bahasa Indonesia yang digunakan oleh mahasiswa skripsi tahun sebelumnya, yaitu kuesioner LOT-R yang diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Isma (2013) dengan nilai reliabilitas 0,63.

Sedangkan untuk alat ukur TKV, peneliti meminta bantuan psikolog pendidikan untuk pengambilan data nantinya. TKV merupakan batere tes kemampuan kreatif yang bisa dilakukan secara berkelompok, namun karena bentuknya berupa *speed test*, maka pelaksanaannya harus dilakukan secara bersamaan pada satu kelompok partisipan.

Dalam rangka mengumpulkan partisipan, peneliti membuat sebuah pesan berupa panggilan untuk sukarelawan menjadi partisipan penelitian dengan karakteristik mahasiswa UI dan berwirausaha ketika menjadi mahasiswa, pada pesan tersebut peneliti membubuhkan keuntungan yang bisa didapatkan partisipan ketika mengikuti penelitian ini. Keuntungan tersebut berupa mengikuti tes kemampuan kreatif secara gratis, *merchandise*, dan kesempatan memenangkan undian voucher berupa *starbucks card* senilai 100.000 rupiah untuk tiga orang pemenang. Pada pesan tersebut terdapat link *google form* untuk pendataan calon partisipan, pada link tersebut terdapat informasi berupa nama, nomor *handphone*, fakultas, dan jadwal yang dipilih peserta untuk mengikuti penelitian. Jadwal yang disediakan adalah :

1. tanggal 13 Mei 2015 : pukul 10.00 s/d 11.00 wib
   pukul 14.00 s/d 15.00 wib
   pukul 15.00 s/d 16.00 wib,
2. tanggal 15 Mei 2015 : pukul 10.00 s/d 11.00 wib
   pukul 14.00 s/d 15.00 wib.

Pesan tersebut disebarkan melalui media sosial seperti *Facebook, Path, Line, Whatsapp,* dan ajakan melalui pesan elektronik singkat kepada beberapa kontak yang peneliti dapatkan dari data teman satu payung


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

penelitian. Pesan tersebut disebarkan oleh peneliti dan beberapa kenalan ataupun orang lain yang mendapatkan pesan tersebut. Peneliti juga meminta kenalan yang tergabung dalam komunitas wirausaha untuk menyebarkan pesan ini kepada komunitas tersebut. Selain itu peneliti juga menggunakan jasa kelompok Dana Usaha '*Psycamp'* untuk menjaring partisipan.

Berdasarkan data yang didapatkan peneliti dari link yang disebarkan, terdapat 58 orang calon peserta, namun hanya 55 yang sesuai dengan karakteristik partisipan penelitian. Peneliti kemudian menghubungi setiap calon partisipan melalui pesan singkat elektronik untuk mengonfirmasi jadwal yang dipilih peserta, dan memberitahukan detail tempat dilaksanakannya pengambilan data. Pada hari yang dipilih oleh calon partisipan peneliti mengirimkan *'reminder'* untuk datang tepat waktu pada jadwal yang dipilih dan memberitahukan kembali tempat dilaksanakannya penelitian. Dari 55 orang calon partisipan, hanya 43 orang partisipan yang datang dan mengikuti pengambilan data.

3.8.2 Tahap Pelaksanaan

Pengambilan data penelitian ini dilakukan dalam waktu dua hari, yaitu pada tanggal 13 Mei 2015 dan tanggal 15 Mei 2015 di ruangan B110 Gedung B Fakultas Psikologi UI. Jadi para responden diminta untuk datang ke tempat pada jadwal yang telah dipilihnya dan kemudian mengikuti pengambilan data. Responden diberikan pulpen, minuman, permen, dan satu *booklet* kuesioner LOT-R. Pada booklet kuesioner LOT-R terdapat lembar persetujuan menjadi partisipan penelitian yang dibubuhkan tandatangan partisipan sebagai bentuk persetujuan, lembar data diri partisipan berupa nama, jenis kelamin, usia, asal daerah, fakultas, semester, tinggal bersama, nama usaha, tipe usaha, tahun memulai usaha, dan keuntungan (*profit*) usaha. Setelah peserta selesai mengisi booklet tersebut, peneliti mengambil *booklet* dan mengecek data untuk memastikan tidak ada yang terlupakan.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Setelah selesai, peneliti mengambil *booklet* Tes Kreativitas Verbal (TKV) untuk dibagikan kepada setiap peserta. Selanjutnya psikolog akan melakukan tes kemampuan kreatif menggunakan TKV bagi para peserta penelitian. Tes ini berlangsung selama kurang lebih 30 menit. Ketika tes sudah selesai, peneliti mengambil booklet TKV pada setiap peserta untuk dikumpulkan, dan kemudian diberi nomor yang sama dengan *booklet* LOT-R berdasarkan nomor daftar hadir.

Peneliti selanjutnya memberikan pemberitahuan bahwa pengambilan data telah selesai dilaksanakan, peneliti juga memberitahu peserta penelitian bahwa hasil skor setiap partisipan akan diumumkan melalui pesan elektronik singkat. Begitu juga dengan pengumuman mengenai tiga orang peserta yang memenangkan undian voucher *starbucks card* dengan nilai Rp 100.000 akan diberitahukan melalui pesan elektronik singkat satu minggu setelah penelitian. Peserta selanjutnya diizinkan meninggalkan ruang dimana sebelumnya diberikan reward berupa pulpen dan buku catatan (*notes*) kecil.

3.8.3 Tabulasi Data

Teknik statistika yang akan digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian ini adalah *pearson product- moment correlation.* Teknik korelasi *pearson* digunakan untuk mengukur tingkat dan arah hubungan antara kedua variabel ini yaitu optimisme dengan kreatvitas pada mahasiswa yang berwirausaha.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

# BAB 4

# HASIL DAN ANALISIS

Bab ini memaparkan tampilan hasil data yang didapatkan beserta interpretasi dari data tersebut. Teknik analisis yang dilakukan disesuaikan dengan teori yang digunakan dalam penelitian.

## 4.1 Gambaran Umum Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Indonesia yang berwirausaha. Jumlah partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah 43 mahasiswa yang berasal dari berbagai angkatan. Berikut adalah gambaran umum partisipan yang mengikuti penelitian berdasarkan data kontrol yang diberikan pada kuesioner.

### 4.1.1 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Gambaran Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Laki- laki | 12 | 27,9% |
| Perempuan | 31 | 72,1% |
| Total | 43 | 100% |

Gambaran umum mengenai partisipan berdasarkan jenis kelamin berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan jumlah partisipan perempuan yang lebih banyak dibandingkan dengan partisipan laki-laki. Hal tersebut terlihat dari perbandingan proporsi 27,9% berbanding 72,1%.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

4.1.2 Gambaran Umum Partisipan berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Gambaran Partisipan Berdasarkan Usia

| Usia | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| 17 | 1 | 2,3% |
| 18 | 2 | 4,7% |
| 19 | 10 | 23,3% |
| 20 | 8 | 18,6% |
| 21 | 14 | 32,6% |
| 22 | 7 | 16,3% |
| 23 | 1 | 2,3% |
| Total | 43 | 100% |

Gambaran umum partisipan terkait dengan usia berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa usia partisipan adalah antara 17 hingga 23 tahun. Tabel di atas juga menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa berwirausaha yang menjadi partisipan berusia 21 tahun, yakni dengan persentase 32,6 %. Mengacu pada temuan penelitian longitudinal Schoon dan Duckworth (2012) bahwa mereka yang menjadi wirausaha pada saat berusia 34 tahun, dapat diprediksi berdasarkan asosiasi keterampilan sosial dan intensi berwirausaha semenjak berusia 16 tahun.



Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

4.1.3 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Fakultas

Tabel 4.3 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Fakultas

| Fakultas | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| FASILKOM | 1 | 2,3% |
| FEB | 1 | 2,3% |
| FH | 1 | 2,3% |
| FIB | 7 | 16,3% |
| FISIP | 9 | 20,9% |
| FKM | 1 | 2,3% |
| FMIPA | 2 | 4,7% |
| FT | 2 | 4,7% |
| PSIKOLOGI | 16 | 37,2% |
| VOKASI | 3 | 7,0% |
| TOTAL | 43 | 100% |

Data pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa partisipan yang terlibat dalam penelitian ini hanya berasal dari sembilan fakultas dan program vokasi saja, dimana Universitas Indonesia pada saat pengambilan data memiliki 13 fakultas. Dalam penelitian ini tidak ada partisipan yang berasal dari Fakultas Kedokteran, Kedokteran Gigi, Farmasi, dan Keperawatan. Sebagian besar partisipan, yakni dengan persentase 37,2% berasal dari Fakultas Psikologi, selanjutnya terdapat 20,9% partisipan yang berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 16,3% partisipan berasal dari Fakultas Ilmu Budaya, sedangkan partisipan yang berasal dari fakultas lainnya hanya sekitar 2,3% hingga 7% dari total partisipan.

Dapat diketahui bahwa sebagian besar partisipan berasal dari Fakultas Psikologi, ISIP, dan Ilmu Budaya, sedangkan fakultas lainnya hanya memiliki proporsi yang sedikit. Jadi persebaran partisipan berdasarkan fakultas dapat dikatakan kurang merata.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

4.1.4 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Tipe dan Bidang Usaha

Tabel 4.4 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Tipe Usaha

| Tipe Usaha | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| SENDIRI | 27 | 62,8% |
| BERKELOMPOK | 15 | 34,9% |
| LAIN-LAIN | 1 | 2,3% |
| TOTAL | 43 | 100% |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 62,8% partisipan menjalankan usahanya sendiri, dibandingkan dengan menjalankan usaha secara berkelompok yakni sebesar 34,9%. Jadi sebagian besar partisipan menjalankan usahanya sendiri (*solo entrepreneur*).

Tabel 4.5 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Bidang Usaha

| Bidang Usaha | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| AKSESORIS | 1 | 2,3% |
| PERIKLANAN | 1 | 2,3% |
| DESAIN & KONVEKSI | 2 | 4,7% |
| EO & MAKANAN | 1 | 2,3% |
| KERAJINAN TANGAN | 1 | 2,3% |
| JASA | 3 | 7,0% |
| KOSMETIK | 1 | 2,3% |
| KOSMETIK & AKSESORIS | 1 | 2,3% |
| KOSMETIK & MAKANAN | 1 | 2,3% |
| MAKANAN | 9 | 20,9% |
| MAKANAN & JASA | 1 | 2,3% |
| MAKANAN & PAKAIAN | 1 | 2,3% |
| MINUMAN & GAS | 1 | 2,3% |
| MLM | 1 | 2,3% |
| *'MUSIC STORE'* | 1 | 2,3% |
| PAKAIAN | 10 | 23,3% |
| PAKAIAN & JASA | 1 | 2,3% |
| PULSA | 1 | 2,3% |
| PULSA & MAKANAN | 2 | 4,7% |
| '*STATIONARY*' | 1 | 2,3% |
| TIKET & DESAIN GRAFIS | 1 | 2,3% |
| TRAVEL & PULSA | 1 | 2,3% |
| TOTAL | 43 | 100% |

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa cukup banyak partisipan yang menjalankan lebih dari satu usaha, seperti makanan dan pakaian, makanan dan kosmetik, makanan dan jasa, dan lain sebagainya. Akan tetapi bidang usaha yang


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

paling banyak dijalani adalah bidang makanan dan pakaian. 23,3% partisipan menjalankan usahanya di bidang pakaian, dan 20,9% partisipan menjalankan usaha di bidang makanan, persentase ini belum termasuk partisipan yang menjalankan lebih dari satu usaha. Dapat diketahui bahwa berjualan pakaian dan makanan adalah bidang usaha yang cukup banyak dipilih oleh mahasiswa yang berwirausaha.

### 4.1.5 Gambaran Umum Keuntungan Usaha Partisipan Perbulan

Tabel 4.6 Gambaran Keuntungan Usaha Perbulan

(dalam rupiah)

| Total | Nilai Minimum | Nilai Maksimum |
|---|---|---|
| 43 | 70.000 | 30.000.000 |

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat keuntungan usaha paling kecil pada kelompok partisipan penelitian ini adalah sebesar Rp 70.000, dan nilai keuntungan yang paling besar adalah sebesar Rp 30.000.000. Keuntungan paling kecil berasal dari partisipan yang berjualan *accesoris*, sedangkan keuntungan terbesar berasal dari partisipan yang menjalani lebih dari satu usaha, yaitu makanan dan jasa.

## 4.2 Hasil Utama Penelitian

### 4.2.1 Gambaran Umum Optimisme

Tabel 4.7 Gambaran Umum Optimisme

| Total Partisipan | Nilai Minimum | Nilai Maksimum | Mean | Std. Deviation | Modus |
|---|---|---|---|---|---|
| 43 | 11 | 23 | 17,67 | 2,589 | 17 |

Berdasarkan hasil yang tertera pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata skor optimisme pada partisipan adalah 17,67 (18). Nilai yang paling sering muncul sebenarnya adalah 17 dan 19, namun yang ditampilkan pada tabel


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

adalah 17. Pada dasarnya Scheier, Carver, dan Bridges (1994) mengatakan bahwa skor yang bisa didapatkan dari alat ukur LOT-R ini adalah dari nilai 0 (skor terendah) hingga 24 (skor tertinggi). Sedangkan pada kelompok partisipan ini ditemukan skor yang paling rendah adalah 11 dan skor yang paling tinggi adalah 23, dengan standar deviasi sebesar 2,589. Standar deviasi menunjukkan besar kisaran nilai yang sebenarnya (*true score*) dari skor total optimisme melalui perhitungan rata- rata skor total ± standar deviasi. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa besar kisaran *true score* dari skor total optimisme partisipan adalah sebesar 15,081- 20, 259.

Tabel 4.8 Gambaran Umum Frekuensi Optimisme

| Skor LOT-R | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| **23** | 2 | 4,7 % |
| **22** | 2 | 4,7 % |
| **21** | 2 | 4,7 % |
| **20** | 1 | 2,3 % |
| **19** | 9 | 20,9 % |
| **18** | 6 | 14,0 % |
| **17** | 9 | 20,9 % |
| **16** | 5 | 11,6 % |
| **15** | 3 | 7,0 % |
| **14** | 2 | 4,7 % |
| **12** | 1 | 2,3 % |
| **11** | 1 | 2,3% |
| **TOTAL** | 43 | 100 % |

Perbedaan jumlah kelompok partisipan dengan skor LOT-R di atas rata-rata dan kelompok partisipan dengan skor LOT-R di bawah rata-rata tidak terlalu besar. Namun dapat diketahui bahwa sebagian besar partisipan pada sampel penelitian ini memiliki optimisme jika dihitung bersamaan dengan skor rata-rata, yakni 51,3 % partisipan memiliki skor optimisme yang tergolong rata-rata keatas berdasarkan norma kelompok.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

4.2.2 Gambaran Umum Kreativitas (Kemampuan Kreatif)

Tabel 4.9 Gambaran Umum Kemampuan Kreatif

| Total Partisipan | Nilai Minimum | Nilai Maksimum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|
| 43 | 89 | 138 | 114,40 | 10,069 |

Tabel 4.10 Gambaran umum Kemampuan Kreatif Berdasarkan Norma TKV

| Keterangan | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| SANGAT SUPERIOR | 4 | 9,3% |
| SUPERIOR | 8 | 18,6% |
| DI ATAS RATA- RATA | 17 | 39,5 % |
| RATA-RATA | 13 | 30,2% |
| DI BAWAH RATA-RATA | 1 | 2,3% |
| TOTAL | 43 | 100 % |

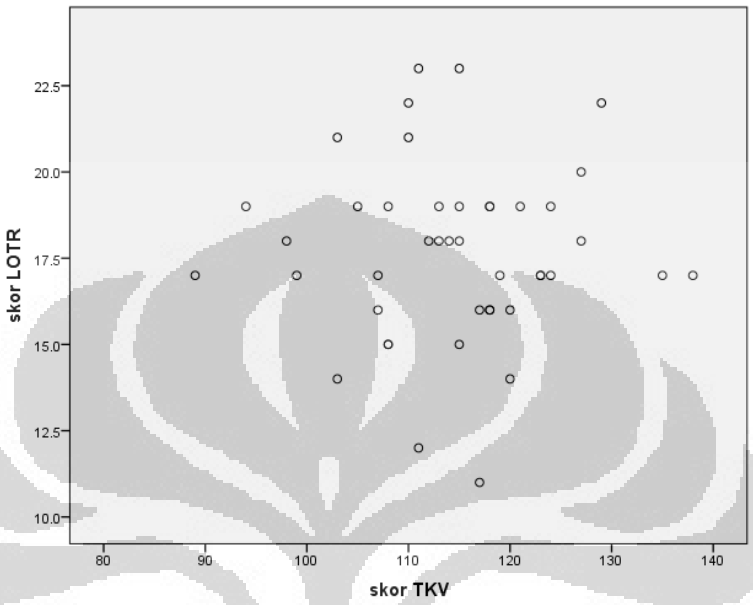
Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai skor kemampuan kreatif yang tertinggi pada kelompok penelitian ini adalah 138, sedangkan nilai terendah adalah 89. Kemudian pada tabel 4.10 juga dapat diketahui bahwa 39,5% partisipan memiliki kemampuan kreatif yang tergolong ‘di atas rata- rata’ dan hanya 2,3% partisipan yang memiliki kemampuan kreatif di bawah rata- rata berdasarkan norma alat ukur TKV.

Jadi dapat diketahui bahwa sebagian besar partisipan memiliki kemampuan kreatif yang tinggi jika dihitung dari kelompok dengan skor ‘di atas rata-rata’, yakni 67,4% partisipan memiliki kemampuan kreatif di atas rata-rata ke atas berdasarkan norma alat ukur TKV.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

4.2.3 Gambaran Umum Optimisme dan Kreativitas Mahasiswa Berwirausaha

Grafik 4.1 Persebaran (*Scatter Plot*) Optimisme dan Kemampuan Kreatif Mahasiswa Berwirausaha




Berdasarkan grafik di atas dapat diketahui bahwa titik- titik persebaran skor LOT-R (garis vertikal) dan skor TKV (garis horizontal) pada data tidak berkumpul pada satu garis yang melengkung pada satu garis lurus layaknya gambaran yang diharapkan pada suatu hubungan yang linear. Sebaliknya titik-titik skor pada data penelitian ini justru tersebar, menumpuk pada sisi kanan atas dan menunjukkan pola yang kurang jelas. Pola ini menunjukkan hubungan linear positif yang sangat lemah, dan hampir telihat seperti pola hubungan non-linear.

Maka dari itu, dapat diketahui bahwa selain jumlah partisipan yang sedikit, partisipan yang mengikuti penelitian ini juga cenderung homogen belum merepresentasikan populasi, yakni sebagian besar memiliki nilai optimisme yang tergolong tinggi (rata- rata hingga di atas rata- rata) dan nilai kreativitas yang tergolong tinggi juga (rata- rata hingga sangat superior).

Sebagian besar individu pada kelompok partisipan ini memang memiliki tingkat optimisme dan tingkat kreativitas yang tinggi, akan tetapi perbandingan jumlah pada variabel optimisme dengan variabel kreativitas berbeda. Pada variabel optimisme, sebagian besar partisipan memiliki nilai optimisme yang


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

cukup tinggi (52,3 %) sedangkan sisanya (47,7 %) memiliki nilai optimisme yang rendah dibawah rata-rata kelompok. Berbeda dengan variabel kreativitas, sebagian besar partisipan (97,7 %) memiliki nilai TKV yang cenderung tinggi yakni rata-rata ke atas. Jadi, lebih banyak partisipan yang memiliki nilai kreativitas (kemampuan kreatif) yang tinggi daripada memiliki nilai optimisme yang tinggi.

4.2.4 Hubungan antara Optimisme dengan Kreativitas (Kemampuan Kreatif)

Hubungan antara optimisme dengan kreativitas (kemampuan kreatif) dihitung menggunakan metode korelasi, dengan menggunakan teknik analisis statistik *pearson correlation.* Tabel korelasi kedua variabel tersebut adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.11 Korelasi Optimisme dengan Kemampuan Kreatif**

| | | LOT-R | TKV |
|---|---|---|---|
| **LOTR** | Pearson Correlation | 1 | 0,009 |
| | Sig. (1-tailed) | | 0,478 |
| | N | | 43 |
| **TKV** | Pearson Correlation | 0,009 | 1 |
| | Sig. (1-tailed) | 0,478 | |
| | N | 43 | 43 |

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai angka korelasi antara optimisme (skor LOT-R) dengan kemampuan kreatif (skor TKV) adalah hubungan linear positif (> 0) yang sangat lemah dengan nilai 0,009. Jika dilihat kekuatan hubungan kedua variabel menggunakan *coefficient of determination* ($r^2$), dapat diketahui bahwa hubungan kedua variabel tergolong lemah/ kecil, yakni hanya sebesar 0,000081 (0,01). Melalui nilai kekuatan hubungan dapat diketahui bahwa


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

variabel optimisme hanya mampu menjelaskan kemampuan kreatif sebesar satu persen 1 %, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Ditinjau dari signifikansi hubungan, dengan nilai signifikansi 0,478 (> 0,05) dapat diketahui bahwa hubungan yang ditemukan pada sampel data ini tidak merepresentasikan hubungan yang sebenarnya ada di populasi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa optimisme bukanlah variabel yang cukup kuat untuk menjelaskan kemampuan kreatif, sehingga hipotesis alternatif ditolak dan hipotesis *null* diterima, yaitu tidak terdapat hubungan yang signifikan antara optimisme dengan kemampuan kreatif pada mahasiswa Universitas Indonesia yang berwirausaha.



Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

# BAB 5
# KESIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN

Bab ini akan memaparkan simpulan dari penelitian yang telah dilakukan, mengevaluasi penelitian melalui diskusi terkait hasil penelitian, serta saran untuk penelitian lanjutan.

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan sampel yang ada, diketahui bahwa secara umum mahasiswa UI yang berwirausaha pada kelompok partisipan penelitian ini merupakan orang yang optimis dan kreatif. Akan tetapi jika dibandingkan antara optimisme dan kreativitas pada kelompok partisipan ini, terdapat lebih banyak partisipan yang memiliki kreativitas (kemampuan kreatif) yang tinggi, daripada memiliki optimisme. Jadi, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UI yang berwirausaha dalam kelompok partisipan penelitian ini sebagian besar memiliki optimisme dan kreativitas tinggi, namun lebih banyak individu dalam kelompok ini yang kreatif daripada individu yang optimis.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada sampel penelitian, diketahui bahwa variabel optimisme tidak berhubungan secara signifikan dengan variabel kreativitas (kemampuan kreatif). Dengan kata lain, variabel optimisme bukanlah variabel yang cukup kuat untuk menjelaskan kreativitas, dari segi kemampuan kreatif pada mahasiswa yang berwirausaha. Akan tetapi terdapat kemungkinan berbagai faktor lain seperti ekstraversi dan keterbukaan merupakan variabel yang dapat menjelaskan kreativitas dalam berwirausaha.

## 5.2 Diskusi

Ditinjau dari gambaran umum optimisme mahasiswa UI yang berwirausaha, dapat diketahui bahwa sebagian besar kelompok partisipan adalah individu yang memiliki optimisme. Hal ini sejalan dengan penjelasan Kappes dan Sharot (2015) yang mengemukakan bahwa kelompok wirausahawan adalah orang yang lebih optimis dibandingkan rata-rata individu lainnya, maka dari itu penting untuk memahami dampak optimisme terhadap kesuksesan wirausahawan.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

Selanjutnya jika dilihat dari kemampuan kreatif para partisipan, dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa UI yang berwirausaha memiliki kemampuan kreatif yang cukup tinggi.

Seperti yang telah dijelaskan peneliti mengenai dinamika hubungan optimisme dengan kreativitas, peneliti berasumsi bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara optimisme dengan kreativitas (kemampuan kreatif). Hal tersebut diasumsikan berdasarkan beberapa literatur dan penelitian sebelumnya, namun hasil penelitian sekarang ini menunjukkan hal sebaliknya. Berdasarkan penjelasan Icekson, dkk (2014) bahwa optimisme berperan terhadap kreativitas pada individu yang memiliki *avoidance motivated,* sehingga optimisme merupakan variabel yang mampu menunjukkan kreativitas pada individu. Dalam penelitiannya tentang optimisme dan ciri-ciri kepribadian wirausaha Chyi-Lyi (2013) menemukan hubungan positif yang kuat antara optimisme dengan kreativitas. Kemudian Kappes dan Sharot (2015) menyimpulkan bahwa optimisme muncul sebagai variabel yang membantu perkembangan kreativitas dan inovasi pada wirausahawan, membantu mereka untuk menemukan solusi dan ide baru. Sebaliknya, dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa ternyata optimisme bukan variabel yang cukup kuat untuk menjelaskan kreativitas dari segi kemampuan kreatif pada mahasiswa yang berwirausaha. Maka dari itu peneliti akan membahas beberapa hal yang mungkin memengaruhi hasil penelitian tersebut.

Pertama, peneliti akan membahas dari segi jumlah dan karakteristik partisipan. Berdasarkan gambar grafik 4.1 *scatter plot* persebaran skor dapat diketahui bahwa ukuran sampel yang kecil dan karakteristik sampel yang homogen (tidak representatif) memengaruhi hasil penelitian yang menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara optimisme dengan kemampuan kreatif. Dengan ukuran sampel yang kecil ini, terdapat kemungkinan bahwa jika ukuran sampel lebih besar dan heterogen, maka hasil yang ditampilkan justru sebaliknya.

Ukuran sampel yang cukup kecil pada penelitian ini disebabkan sulitnya mendapatkan sampel dengan karakteristik mahasiswa UI dan berwirausaha. Selain itu, salah satu alat ukur yang digunakan untuk pengambilan data merupakan


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

batere tes TKV yang membutuhkan psikolog yang untuk mengadministrasikan tes, sehingga peneliti harus meminta bantuan partisipan untuk datang pada jadwal dan tempat yang sudah ditentukan. Hal inilah yang membuat banyak calon partisipan enggan mengikuti penelitian, ada juga calon partisipan yang telah menyetujui untuk mengikuti penelitian namun kemudian tidak datang pada jadwal yang telah dipilih. Waktu pengambilan data yang hanya dua hari, terkait dengan ketersediaan waktu dari psikolog juga menyulitkan peneliti mengumpulkan partisipan dalam jumlah yang banyak.

Evaluasi kedua ditinjau dari hasil penelitian yang menunjukkan sangat lemahnya hubungan optimisme dengan kemampuan kreatif menunjukkan bahwa optimisme belum mampu menjelaskan kreativitas dari segi kognitif (kemampuan kreatif), namun bisa saja optimisme mampu menjelaskan kreativitas dari segi afektif (kepribadian kreatif). Maka hal tersebut terjadi seperti temuan Chyi-Lyi (2013) mengenai korelasi positif yang kuat antara optimisme dengan kreativitas yang merupakan ciri kepribadian wirausahawan di antara para pelaku wirausaha.

Jika optimisme bukanlah variabel yang cukup kuat untuk menjelaskan kreativitas, maka tentu saja ada variabel lain yang lebih tepat untuk menjelaskan kreativitas. Wu, dkk (2012) menjelaskan bahwa kreativitas dapat dijelaskan melalui beberapa elemen yaitu faktor kepribadian, latar belakang keluarga, elemen sekolah, dan lingkungan sosial. Sebelumnya Eysenck (1995, dalam Penke, 2003) mengemukakan bahwa kreativitas dapat dijelaskan melalui *multiple external factors* yang dapat memfasilitasi ataupun menghambat kreativitas, yaitu status ekonomi dan sosial, lingkungan dan budaya di rumah, agama dan faktor sejarah. Faktor-faktor tersebut seharusnya bisa menjadi panduan untuk data demografis penelitian ini.

Penke (2003) mengatakan bahwa variabel kepribadian merupakan alat untuk menyalurkan potensi kreatif yang dimiliki seseorang ke dalam tindakan nyata. Penelitian McCrae (1987, dalam Penke, 2003) menemukan korelasi positif yang kuat antara keterbukaan akan pengalaman baru dengan kreativitas yang diukur dengan alat ukur kemampuan kreatif *Guilford Divergent Test*, sebelumnya Gough's (1979, dalam Penke, 2003) juga menemukan hal serupa ketika kreativitas diukur menggunakan *Creative Personality Scale* yang mengukur kepribadian


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

kreatif. Kemudian Wolfradt dan Pretz (2001) dalam penelitiannya juga menemukan korelasi positif antara keterbukaan akan pengalaman baru dengan kreativitas yang diukur melalui penulisan cerita, daftar hobi, dan alat ukur *Creativity Personality Style* (CPS). Martindale (2007) dalam penelitiannya menemukan bahwa ekstraversi memiliki hubungan yang kuat dengan kreativitas (potensi kreatif) yang diukur menggunakan *Alternate Uses Test*. Dalam penelitian lainnya, Dixon, Hickey, dan Dixon (1992) menemukan bahwa kemampuan kreatif meningkat seiring dengan keterampilan berbicara dan sensitivitas mengenali masalah, kemudian Wu, dkk (2012) dalam penelitiannya menemukan siswa dengan kemampuan kreatif yang tinggi adalah individu yang mandiri. Dapat disimpulkan bahwa keterampilan berbicara dan sensitivitas mengenali masalah, serta kemandirian juga merupakan variabel yang mungkin lebih mampu untuk menjelaskan kreativitas.

Berdasarkan beberapa temuan tersebut, dapat diketahui bahwa ekstraversi, keterbukaan terhadap pengalaman baru, keterampilan berbicara, sensitivitas mengenali masalah, dan kemandirian merupakan variabel yang lebih kuat untuk menjelaskan kreativitas dari segi kemampuan kreatif pada mahasiswa yang berwirausaha. Melalui penjelasan beberapa literatur tersebut dapat kita ketahui bahwa keterbukaan terhadap pengalaman baru adalah variabel yang sangat mungkin kuat untuk menjelaskan kreativitas, hal tersebut telah diujikan melalui pengukuran terhadap kemampuan kreatif maupun kepribadian kreatif. Meskipun sebenarnya optimisme juga cukup erat kaitannya dengan keterbukaan terhadap pengalaman baru (Carver, Scheier & Segerstrom, 2010), sementara keterbukaan terhadap pengalaman baru pada beberapa literatur ditemukan menjadi variabel yang cukup kuat untuk menjelaskan kreativitas, namun pada penelitian ini hal tersebut tidak terbukti.

Evaluasi ketiga ditinjau dari alat ukur yang digunakan. Sebanarnya alat ukur optimisme LOT-R sudah tergolong baik dan tepat digunakan dalam konteks penelitian ini, karena yang optimisme yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mengenai keyakinan individu terhadap masa depannya yang baik. Hanya saja alat ukur ini masih memiliki keterbatasan, yaitu LOT-R merupakan alat ukur optimisme dengan item yang sangat sedikit, sehingga mungkin pertanyaan yang


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

sedikit tersebut belum mampu menggali keadaan optimisme yang sebenarnya ada pada individu. Selain itu belum ada penelitian psikometri alat ukur LOT-R untuk diujikan dalam lintas budaya, sehingga alat ukur ini mungkin masih belum stabil untuk digunakan di Indonesia. Maka dari itu mungkin akan lebih baik jika pengukuran optimisme selain diukur menggunakan LOT-R juga menggunakan alat ukur optimisme lainnya, seperti alat ukur ASQ oleh Peterson, Semmel, von Beyer, Abramson, Metalsky dan Seligman (1982) untuk mendapatkan gambaran optimisme yang lebih jelas.

Terkait dengan alat ukur yang digunakan untuk mengukur kreativitas partisipan, mungkin juga kemampuan kreatif pada kelompok wirausahawan kurang tepat jika diukur menggunakan Tes Kreativitas Verbal. Pada dasarnya TKV mengukur kemampuan individu dalam memecahkan masalah yang dilihat melalui beberapa dimensi, yaitu kelancaran berpikir (kecepatan), fleksibilitas menghadapi masalah, elaborasi berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang telah ada, dan orisinalitas ide yang muncul untuk menyelesaikan masalah. TKV dianggap peneliti cukup tepat untuk mengetahui kreativitas individu dalam berwirausaha, karena dalam berwirausaha individu harus mampu menemukan cara yang baru dan efektif agar tindakan kreatif yang dilakukannya mampu mendatangkan keuntungan secara ekonomi. Sebagaimana dijelaskan Markley (1988, dalam Fillis & Rentschler, 2010) bahwa kreativitas, kemampuan menyelesaikan masalah, dan intuisi berinteraksi untuk menghasilkan pandangan strategi yang tepat untuk wirausahawan dalam memandu usahanya. Ternyata dalam wirausaha sendiri kemampuan kreatif yang dimaksud adalah kemampuan menyelesaikan masalah dan menemukan ide baru yang cocok untuk menyelesaikan masalah tersebut. Amabile (1997, dalam Fillis & Rentschler, 2010) mendefinisikan kreavitas berwirausaha (*creative entrepreneurship*) sebagai pengembangan dan implementasi baru, ide yang cocok untuk mengembangkan usaha baru.

Melalui beberapa penjelasan literatur yang telah dipaparkan tersebut, dapat diketahui bahwa seharusnya alat ukur TKV cukup tepat untuk mengukur kreativitas dalam berwirausaha, namun mungkin saja yang terpenting dalam berwirausaha bukanlah seberapa besarnya kemampuan ataupun potensi kreatif


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

yang dimiliki individu, melainkan kemauan individu itu sendiri (motivasi) untuk bersikap kreatif dan menerapkan kapasitas kreatif yang dimilikinya dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam berwirausaha. Sejalan dengan penjelasan beberapa ahli, kreativitas pada dasarnya memang sudah ada dalam diri setiap individu, namun hanya sedikit orang yang mengaktualisasikan potensi kreatif yang dimilikinya secara penuh, karena tidak semua orang memiliki motivasi untuk menjadi kreatif (Maslow, 1968 ; Amabile, 1983, dalam Fillis & Runtschler, 2010).

Terkait dengan data kontrol penelitian, seharusnya terdapat infomasi mengenai keadaan finansial orang tua, karena salah satu faktor eksternal yang cukup memengaruhi optimisme, kreativitas, maupun wirausaha adalah keadaan finansial (ekonomi keluarga). Pada sampel penelitian ini diketahui bahwa lebih banyak jumlah mahasiswa perempuan yang berwirausaha daripada laki-laki, padahal pada temuan sebelumnya Schoon dan Duckworth (2012) menemukan bahwa perempuan lebih enggan untuk berwirausaha karena mereka cenderung membutuhkan dukungan finansial dari orangtua untuk memulai usahanya. Keadaan yang sebaliknya pada penelitian ini mungkin saja dikarenakan partisipan perempuan pada kelompok penelitian ini merupakan individu yang memiliki keadaan ekonomi keluarga yang cukup baik, sehingga banyak di antara mereka yang berwirausaha, namun karena data mengenai ekonomi keluarga tidak ada pada penelitian ini hal tersebut belum dapat dijelaskan pada penelitian ini. Terkait dengan keadaan finansial keluarga juga, mungkin saja individu justru berwirausaha memang karena tekanan ekonomi keluarga yang kurang mampu, sehingga hal tersebut memotivasi individu untuk dapat menghasilkan uang memenuhi kebutuhan melalui wirausaha.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa masalah utama yang menjadi kekurangan dalam penelitian ini adalah sampel penelitian, yakni ukuran sampel yang sangat kecil dan karakteristik sampel yang homogen membuat penelitian ini belum bisa menampilkan keadaan yang lebih menggambarkan di populasi. Sebenarnya hasil penelitian ini belum tentu memang benar seperti itu adanya, bahwa optimisme bukanlah variabel yang cukup kuat untuk menjelaskan kreativitas dari segi kemampuan kreatif, hal ini dikarenakan


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

hasil yang tidak signifikan tidak menggambarkan keadaan di populasi akibat sampel yang terlalu kecil dan homogen.

Peneliti tetap mempertimbangkan berbagai kemungkinan lain yang menyebabkan hasil penelitian ini. Berdasarkan tinjauan kembali pada berbagai literatur, mungkin saja optimisme kurang tepat untuk menjelaskan kreativitas dari segi kemampuan kreatif, namun mungkin saja variabel optimisme mampu menjelasakannya dari segi sikap kreatif, sebagaimana ditemukan pada penelitian Chyi-Lyi (2013) yang menemukan korelasi kuat antara keduanya.

## 5.3 Saran

- Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menjaring sampel secara sistematis agar memperoleh partisipan yang representatif. Penjaringan sampel secara sistematis bisa dilakukan dengan menyediakan persiapan yang lebih rinci dengan berbagai alternatif yang dapat menanggulangi hambatan-hambatan seperti yang terjadi pada penelitian ini.
- Untuk pengukuran kreativitas sendiri, pada penelitian lanjutan sebaiknya mengukur kreativitas tidak hanya dari segi kemampuan kreatif saja, namun juga mengukur sisi afektifnya yakni kepribadian kreatif dan motivasi kreatif. Terkait dengan alat ukur kemampuan kreatif, akan lebih baik pada penelitian selanjutnya menggunakan batere Tes Kreativitas Figural (TKF) yang dikembangkan oleh Munandar (1977), karena administrasi lebih sederhana, waktu yang dibutuhkan untuk tes tidak terlalu lama, dan memiliki nilai tambah dari segi orisinalitas ide.
- Jika optimisme bukanlah variabel yang cukup kuat untuk menjelaskan kreativitas, maka pada penelitian lanjutan akan lebih baik untuk menambahkan variabel lain seperti keterbukaan untuk dikorelasikan juga dengan kreativitas.
- Untuk mengukur optimisme sebaiknya pada penelitian lanjutan menggunakan alat ukur LOT-R dan alat ukur optimisme lainnya, seperti *Atributional Style Questionnaire (ASQ)* yang dikembangkan


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

oleh Peterson, Semmel, von Beyer, Abramson, Metalsky dan Seligman (1982) agar didapatkan gambaran yang lebih akurat mengenai optimisme individu.

- Disarankan pada penelitian selanjutnya untuk lebih memeperhatikan faktor-faktor eksternal yang memengaruhi variabel, seperti faktor sosial ekonomi yang diketahui dari informasi gaji orang tua, informasi agama, dan informasi pekerjaan orangtua.
- Penelitian selanjutnya juga dapat melakukan analisis faktor antara variabel optimisme dengan dimensi-dimensi kemampuan berpikir kreatif.


Hubungan optimisme..., Welan Mauli Angguna, FPsi UI, 2015

## Daftar Pustaka


Bloom, D., Canning, D., Chan, K. (2006). *Higher education and economic development in Africa*. Human Development Sector Africa Region.

Bohoney, J. (2011). *The Entrepreneurship Toolkit : Succesful Approaches to Fostering Entrepreneurship.* CHEPA, Los Angeles.

Byham, W.C. (2000). Entrepreneurship – A personal story. *The Psychologist- Manager Journal, 4.1, 19- 26.*

Carver, C.S., Scheier, M.F. (2005). Optimism. In C. R. Snyder & Shane J. Lopez (Eds). *Handbook of Positive Psychology* (p.224-254). New York : Oxford University Press, Inc.

Carver, C.S., Scheier, M.F., Segerstrom, S.C. (2010). Optimism. *Clinical Psychology Review 30, 879- 889.*

Chyi-Lyi, L. (2013). Entrepreneurial characteristics, optimism, pessimism, realism- Correlation or collision ?. *Journal of Bussiness and Entrepreneurship, 22.1, 1-22.*

Dixon, J.P., Hickey,M., Dixon, J.K. (1992). A causal model of the way emotion intervene between creative intelligence and conventional skills. *New Ideas in Psychol, 10.2, 233-251.*

Edward-Schachter, M., Gracia-Granero, A., Sanchez-Barrioluengo, M., Pineda, H.Q., Amara, N. (2014). Disentangling Competences: Interrelationships on creativity, innovation, and entrepreneurship. *Thinking Skills and Creativity.*

Fillis, I., Rentschler, R. (2010). The role of creativity in entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture*.

Forgeard, M.J.C., Seligman, M.E.P. (2012). Seing the glass half full : A review of the causes and consequences of optimism. *Pratiques Psychologiques, 18, 107- 120.*

Geers, A.L., Wellman, J.A., & Lassiter, G.D. (2009). Dispositional optimism and engagement: The moderating influence of goal priorization. *Journal of Personality and Social Psychology, 96, 913-932.*

Gravetter, F.J., Forzano, L.B. (2012). *Research Methods for the Behavioral Science (4th Edition).* Belmont : Wadsworth Cengage Learning.

Gravetter, F.J., Forzano, L.B. (2009). *Statistics for The Behavioral Sciences*. Canada : Wadsworth Cengage Learning.

Helmchen, T.B. (2012). *Entrepreneurship- Creativity and Innovative Bussiness Models.* Croatia : Intech Web.org.

Hikmanurina, R. (2012). Hubungan antara Keberfungsian Keluarga dan Optimisme pada Ibu yang Memiliki Anak dengan Gangguan Spektrum Autistik. Skripsi : Perguruan Tinggi Indonesia.

Hisrich, R. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship. *American Psychologist, 45.2, 209-222.*

Hisrich, R., Langan-Fox, J., Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice : A call to action for psychology. *American Psychologist, 62.6, 575- 589.*

Hulley, S.B., Cummings, S.R., Newman, T.B. (2013). *Designing Clinical Research.* UK :Wolters Kluwer.

Icekson, T., Roskes, M., Moran, S. (2014). Effects of optimism on creativity under approach and avoidance motivation. *Frontiers in Human Neuroscience.*

Kappes, A., Sharot, T. (2015). *Optimism and Entrepreneurship : A Double-Edged Sword*. UK : research@nesta.org.uk.

Kerlinger, F.N., Lee, H.B. (2000). *Foundation of Behavioral Research (4th Edition).* U.S.A : Wadsworth Thomson Learning.

Kezar, A., Frank, V., Lester, J., Yang, H. (2008). Why is education important for your future and how can education IDAs help you reach your educational goals ?. *Center for Higher Education Policy Analysis.*

Kumar, R. (1999). Research *Methodology : A Step- by- Step Guide for Beginners*. Sage Publications Ltd.

Kumar, R. (2005). *Research Methodology (2nd Edition).* London : Sage Publication.

Lee, S.Y., Florida, R., ACS†‡, Z.J. (2004). Creativity and entrepreneurship : A regional analysis of new firm formation. *Regional Studies, 38.8, 879-891.*

Li, C., Wu, J. (2011). The structural relationship between optimism and innovative behavior: Understanding potential antecedents and mediating effects. *Creativity Research Journal, 23.2, 119-128.*

Luke, B., Verreynne, M., Kearins, K. (2007). Measuring the benefits of entrepreneurship at different levels of analysis. *Journal of Management and Organization, 13, 312- 330.*

Malik, M.E., Naeem, B., Ahmad, W. (2013). Role of optimism subculture and optimism in salesforce creative performance: Empirical evidence from pharmaceutical industry in Pakistan. *World Applied Science Journal, 24.8, 1037- 1043.*

Martindale, C. (2007). Creativity, primordial cognition, and personality. *Personality and Individual Differences, 43, 1777-1785.*

Munandar, S.C.U. (1992). *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah : Petunjuk bagi Para Guru dan Orangtua.* Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Munandar, S.C.U. (2012). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat.* Jakarta : Rineka Cipta.

OECD. ( 2013). *Education Indicators in Focus.* OECD Publishing, Paris.

Obschonka, M., Silbereisen, R.K., Schmitt- Rodermund, E. (2011). Succesful entrepreneurship as developmental outcome : A path model of a lifespan perspective of human development. *European Psychologist, 16.3, 174- 186.*

Penke, L. (2003). Creativity : Theory, prediction, and etiology. Diploma Thesis. Germany : University of Bielefeld.

Peterson, C., Seligman, M.E.P. (1984). Causal explanations as a risk factor for depression : Theory and Evidence. *Psychological Review, 91.3, 347- 374.*

Scheier, M.F., Carver, C.S. (1985). Optimism, coping, and health; Assesment and implication of generalized outcomes expectancies. *Health Psychology, 4. 3, 219- 247.*

Scheier, M.F., Carver, C.S., Bridges, M.W. (1994). Distinguishing optimism from neuroticism (and trait anxiety, self- mastery, and self- esteem) : A reevaluation of the life orientation test. *Journal of Personality and Social Psychology, 67. 6, 1063- 1078.*

Schneider, S. L. (2001). In search of realistic optimism : Meaning, knowledge, and warm fuzziness. *American Psychologist, 56.3, 250- 263.*

Schoon, I., Duckworthd, K. (2012). Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. *Developmental Psychology, 48.6, 1719-1726.*

Stenberg, R.J. What Is the Common Thread of Creativity? Its Dialectical Relation to Intelligence and Wisdom. *American Psychology Association, Inc, 56, 360- 362.*

Supriadi, D. (1994). *Kreativitas, Kebudayaan, dan Perkembangan Iptek*. Bandung: Alfabeta.

Undang- Undang Republik Indonesia nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. www.ui.ac.id/download/uu-perguruan-tinggi. diunduh pada 16/06/2015.pukul 20.00 wib**.**

Vandenbos, G.R., Bulatao, E.Q. (2000). Obesrvation on entrepreneurial psychologist. *The Psychologist- Manager Journal, 4.1, 97- 102.*

Weisberg, R.W. (2006). *Creativity : Understanding Innovation in Problem Solving, Science, Invention, and the Arts.* New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.

Wolfradt,U., Pretz,J.E. (2001). Individual differences in creativity : Personality, story writing, and hobbies. *European Journal of Personality, 15, 297-310.*

Wu, H.Y., Wu, H.S., Chen, I.S., Chen, H.C. (2012). Exploring the critical influential factors of creativity for college students: A multiple criteria decision-making approach. *Thinking Skills and Creativity, 11, 1-21.*

**Sumber:**

http://www.jpnn.com/read/2012/03/11/120241/M.-Asmui-Kammuri,-Jatuh-Bangun-Mengelola-Bisnis-Minuman-. diunduh pada 27/4/2015. pukul 12.10.

http://www.ui.ac.id/pengantar-pendaftaran/biaya-pendidikan.html. diunduh pada 27/4/2015. Pukul 12.11. diunduh pada 27/4/2015. Pukul 12.10

http://regional.kompas.com/read/2015/01/29/20305761/Kuliah.Sambil.Bekerja.Zuma.Bisa.Jadi. diunduh pada 27/4/2015. pukul 12.10.

Wisudawan.Terbaik?utm_source=news&utm_medium=bp-kompas&utm_campaign=related&. diunduh pada 27/4/2015. pukul 12.10.

http://www.tempo.co/read/news/2013/09/02/079509597/Mahasiswa-Unibraw-Masih-Protes-Biaya-Kuliah-Mahal. diunduh pada 27/4/2015. pukul 12.10.

http://www.tempo.co/read/news/2013/03/12/079466594/Uang-Kuliah-PTN-Tak-Boleh-Lampaui-Biaya-Kuliah. diunduh pada 27/4/2015. pukul 12.10.

http://www.tempo.co/read/news/2012/06/04/215408183/Jadi-Kaya-di-Usia-Muda-Kenapa-Tidak. diunduh pada 27/4/2015. pukul 12.10 wib.

https://www.academia.edu/5685360/BAB_I. diunduh pada 22/6/2015. pukul 22.22 wib.

# LAMPIRAN

## A.1 Reliabilitas LOT-R

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 43 | 100.0 |
| | Excluded[a] | 0 | .0 |
| | Total | 43 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .534 | 6 |

## A.2 Tabel Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Data Demografis

### A.2.1 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin

**Statistics**

JenisKelamin

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 43 |
| | Missing | 0 |

**JenisKelamin**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | L | 12 | 27.9 | 27.9 | 27.9 |
| | P | 31 | 72.1 | 72.1 | 100.0 |
| | Total | 43 | 100.0 | 100.0 | |

A.2.2 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Usia

**Statistics**

Usia

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 43 |
| | Missing | 0 |

**Usia**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | 17 | 1 | 2.3 | 2.3 | 2.3 |
| | 18 | 2 | 4.7 | 4.7 | 7.0 |
| | 19 | 10 | 23.3 | 23.3 | 30.2 |
| | 20 | 8 | 18.6 | 18.6 | 48.8 |
| | 21 | 14 | 32.6 | 32.6 | 81.4 |
| | 22 | 7 | 16.3 | 16.3 | 97.7 |
| | 23 | 1 | 2.3 | 2.3 | 100.0 |
| | Total | 43 | 100.0 | 100.0 | |

A.2.3 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Fakultas

**Statistics**

Fakultas

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 43 |
| | Missing | 0 |

**fakultas**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | FASILKOM | 1 | 2.3 | 2.3 | 2.3 |
| | FEB | 1 | 2.3 | 2.3 | 4.7 |
| | FH | 1 | 2.3 | 2.3 | 7.0 |
| | FIB | 7 | 16.3 | 16.3 | 23.3 |
| | FISIP | 9 | 20.9 | 20.9 | 44.2 |
| | FKM | 1 | 2.3 | 2.3 | 46.5 |
| | FMIPA | 2 | 4.7 | 4.7 | 51.2 |
| | FT | 2 | 4.7 | 4.7 | 55.8 |
| | PSIKOLOG | 16 | 37.2 | 37.2 | 93.0 |
| | VOKASI | 3 | 7.0 | 7.0 | 100.0 |
| | Total | 43 | 100.0 | 100.0 | |

A.2.4 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Tipe Usaha

**Statistics**

TipeUsaha

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 43 |
| | Missing | 0 |

**TipeUsaha**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | BERKELOMPOK | 14 | 32.6 | 32.6 | 32.6 |
| | LAINNYA | 1 | 2.3 | 2.3 | 34.9 |
| | SENDIRI | 28 | 65.1 | 65.1 | 100.0 |
| | Total | 43 | 100.0 | 100.0 | |

A.2.5 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Bidang Usaha

**Statistics**

BidangUsaha

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 43 |
| | Missing | 0 |

**BidangUsaha**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | AKSESORIS | 1 | 2.3 | 2.3 | 2.3 |
| | PERIKLANAN | 1 | 2.3 | 2.3 | 4.7 |
| | DESAIN DAN KONVEKSI | 2 | 4.7 | 4.7 | 9.3 |
| | EO DAN MAKANAN | 1 | 2.3 | 2.3 | 11.6 |
| | KERAJINAN TANGAN | 1 | 2.3 | 2.3 | 14.0 |
| | JASA | 3 | 7.0 | 7.0 | 20.9 |
| | KOSMETIK | 1 | 2.3 | 2.3 | 23.3 |
| | KOSMETIK DAN ACCESORIS | 1 | 2.3 | 2.3 | 25.6 |
| | KOSMETIK DAN MAKANAN | 1 | 2.3 | 2.3 | 27.9 |
| | MAKANAN | 9 | 20.9 | 20.9 | 48.8 |
| | MAKANAN DAN JASA | 1 | 2.3 | 2.3 | 51.2 |
| | MAKANAN DAN PAKAIAN | 1 | 2.3 | 2.3 | 53.5 |
| | MINUMAN DAN GAS | 1 | 2.3 | 2.3 | 55.8 |
| | MLM | 1 | 2.3 | 2.3 | 58.1 |
| | *MUSIC STORE* | 1 | 2.3 | 2.3 | 60.5 |
| | PAKAIAN | 10 | 23.3 | 23.3 | 83.7 |
| | PAKAIAN DAN JASA | 1 | 2.3 | 2.3 | 86.0 |
| | PULSA | 1 | 2.3 | 2.3 | 88.4 |
| | PULSA DAN MAKANAN | 2 | 4.7 | 4.7 | 93.0 |
| | *STATIONARY* | 1 | 2.3 | 2.3 | 95.3 |
| | TICKETING, DESIGNER GRAFIS | 1 | 2.3 | 2.3 | 97.7 |
| | TRAVEL & PULSA | 1 | 2.3 | 2.3 | 100.0 |
| | Total | 43 | 100.0 | 100.0 | |

A.2.6 Gambaran Umum Partisipan Berdasarkan Keuntungan Usaha

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum |
|---|---|---|---|
| Keuntungan | 43 | 70 | 30000000 |
| Valid N (listwise) | 43 | | |

## A.3 Tabel Hasil Utama Penelitian

A.3.1 Gambaran Umum Optimisme

**Statistics**

skor LOTR

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 43 |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 17.67 |
| Median | | 18.00 |
| Mode | | 17[a] |
| Std. Deviation | | 2.589 |
| Minimum | | 11 |
| Maximum | | 23 |
| Sum | | 760 |

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

**skor LOTR**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | 11 | 1 | 2.3 | 2.3 | 2.3 |
| | 12 | 1 | 2.3 | 2.3 | 4.7 |
| | 14 | 2 | 4.7 | 4.7 | 9.3 |
| | 15 | 3 | 7.0 | 7.0 | 16.3 |
| | 16 | 5 | 11.6 | 11.6 | 27.9 |
| | 17 | 9 | 20.9 | 20.9 | 48.8 |
| | 18 | 6 | 14.0 | 14.0 | 62.8 |
| | 19 | 9 | 20.9 | 20.9 | 83.7 |
| | 20 | 1 | 2.3 | 2.3 | 86.0 |
| | 21 | 2 | 4.7 | 4.7 | 90.7 |
| | 22 | 2 | 4.7 | 4.7 | 95.3 |
| | 23 | 2 | 4.7 | 4.7 | 100.0 |
| | Total | 43 | 100.0 | 100.0 | |

A.3.2 Gambaran Umum Kreativitas (Kemampuan Kreatif)

**Statistics**

KETERANGAN TKV

| | | |
|---|---|---|
| N | Valid | 43 |
| | Missing | 0 |

**KETERANGAN TKV**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Di atas rata-rata | 17 | 39.5 | 39.5 | 39.5 |
| | Di bawah rata-rata | 1 | 2.3 | 2.3 | 41.9 |
| | Rata-rata | 13 | 30.2 | 30.2 | 72.1 |
| | Sangat Superior | 4 | 9.3 | 9.3 | 81.4 |
| | Superior | 8 | 18.6 | 18.6 | 100.0 |
| | Total | 43 | 100.0 | 100.0 | |

A.3.3 Hubungan Optimisme dengan Kreativitas (Kemampuan Kreatif)

**Correlations**

| | | skor LOTR | skor TKV |
|---|---|---|---|
| skor LOTR | Pearson Correlation | 1 | .009 |
| | Sig. (1-tailed) | | .478 |
| | N | 43 | 43 |
| skor TKV | Pearson Correlation | .009 | 1 |
| | Sig. (1-tailed) | .478 | |
| | N | 43 | 43 |

# KUESIONER

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS INDONESIA**

**2015**

**Selamat Pagi/ Siang/ Sore**

Saya adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Indonesia yang sedang melakukan penelitian mengenai kehidupan mahasiswa yang berwirausaha untuk memenuhi prasyarat kelulusan dalam rangka menyelesiakan tugas akhir S1. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan Saudara untuk menjadi responden penelitian ini dengan menjawab pernyataan-pernyataan dalam kuesioner ini.

Kuesioner ini terdiri beberapa pertanyaan dan diawali dengan instruksi. Diharapkan Saudara membaca terlebih dahulu instruksi dengan baik sebelum mengisi kuesioner

Perlu diketahui bahwa dalam kuesioner ini **tidak ada jawaban yang benar maupun salah**, sehingga saya mengharapkan Saudara dapat menjawab dengan teliti dan sungguh-sungguh sesuai dengan apa yang Saudara rasakan atau alami. Jawaban-jawaban yang Saudara berikan sangatlah penting untuk keberhasilan penelitian ini dan akan diperlakukan selayaknya hanya untuk kepentingan penelitian. **Data-data penelitian akan dijamin kerahasiaannya**.

Terimakasih atas kesediaan Saudara untuk menjadi responden pada penelitian ini.

Hormat Peneliti,

Welan Mauli Angguna

**PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini dan berpartisipasi dalam pengisian kuesioner mengenai kehidupan mahasiswa.

Saya sudah mendapat penjelasan mengenai tujuan dari penelitian ini dan apa yang akan dilakukan dengan informasi yang diperoleh melalui penelitian ini.

_____, _____2015

(  )

**DATA RESPONDEN**

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan (lingkari salah satu)

Usia :

Asal Daerah :

Nama Universitas :

Nama Fakultas / Jurusan : /

Semester :

Angkatan :

Tinggal Bersama : Orang Tua / Kerabat / Kos / Mengontrak / Asrama / Lainnya……

* Usaha yang Dijalankan :

*Tipe Wirausaha : Sendiri/ Berkelompok ( lingkari/ coret yang tidak sesuai)
Lainnya …….

*Berwirausaha sejak :

*Keuntungan (profit) yang didapatkan : rupiah/bulan (tulis dalam angka)

No. HP yang bisa dihubungi :

## Petunjuk

Bacalah setiap pernyataan dengan baik. Pada setiap pernyataan, terdapat lima pilihan jawaban yang terentang dari kiri ke kanan, mulai dari "*sangat tidak sesuai*" hingga "*sangat sesuai*". Untuk setiap pernyataan, berilah tanda silang (**X**) pada pilihan jawaban yang menurut Anda **paling sesuai menggambarkan keadaan diri Anda yang sebenarnya**. Silanglah:

- **STS** : Jika Anda **sangat tidak sesuai** dengan pernyataan yang diberikan.
- **TS** : Jika Anda **tidak sesuai** dengan pernyataan yang diberikan.
- **B** : Jika Anda **biasa saja** dengan pernyataan yang diberikan.
- **S** : Jika Anda **sesuai** dengan pernyataan yang diberikan.
- **SS** : Jika Anda **sangat sesuai** dengan pernyataan yang diberikan

Contoh 1:

| **Pernyataan** | **STS** | **TS** | **B** | **S** | **SS** |
|---|---|---|---|---|---|
| Saya suka bertamasya | **X** | | | | |

Artinya: Anda tidak benar-benar suka bertamasya.

Contoh 2:

| **Pernyataan** | **STS** | **TS** | **B** | **S** | **SS** |
|---|---|---|---|---|---|
| Saya suka bertamasya | | | | | **X** |

Artinya: Anda benar-benar suka bertamasya.

Apabila Anda melingkari pilihan yang salah pada pilihan jawaban, silakan mengganti jawaban Anda dengan terlebih dahulu mencoret jawaban sebelumnya kemudian beri tanda silang (X) pada kolom pilihan jawaban yang Anda anggap menggambarkan kondisi Anda.

Contoh Koreksi:

| **Pernyataan** | **STS** | **TS** | **B** | **S** | **SS** |
|---|---|---|---|---|---|
| Saya suka bertamasya | | ~~**X**~~ | | | **X** |

**Selamat mengerjakan.**

| No. | Pernyataan | STS | TS | B | S | SS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **1.** | Dalam keadaan tidak menentu, saya yakin bahwa yang terbaik akan terjadi | | | | | |
| **2.** | Adalah mudah bagi saya untuk santai | | | | | |
| **3.** | Jika sesuatu yang buruk harus terjadi pada saya, maka itu akan terjadi | | | | | |
| **4.** | Saya selalu optimis menatap masa depan | | | | | |
| **5.** | Saya sangat menikmati kebersamaan dengan teman-teman saya | | | | | |
| **6.** | Penting bagi saya untuk tetap memiliki kesibukan | | | | | |
| **7.** | Saya hampir tidak pernah berharap segala sesuatu akan berjalan sesuai dengan keinginan saya | | | | | |
| **8.** | Saya tidak mudah kecewa | | | | | |
| **9.** | Saya jarang mengharapkan hal baik akan terjadi pada saya | | | | | |
| **10.** | Secara keseluruhan, saya menduga bahwa lebih banyak hal yang baik yang akan terjadi pada saya dibandingkan hal yang buruk | | | | | |