

**HUBUNGAN ANTARA KREATIVITAS VERBAL DENGAN  
MOTIVASI BERPRESTASI DISTRIBUTOR  
MLM HIGH DESERT**

SKRIPSI

**Disusun Oleh:**

**Alifa Mahardika**

**04410031**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2009**

**HUBUNGAN ANTARA KREATIVITAS VERBAL DENGAN  
MOTIVASI BERPRESTASI DISTRIBUTOR  
MLM HIGH DESERT**

SKRIPSI

**Disusun Oleh:**

**Alifa Mahardika**

**04410031**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2009**

**Hubungan antara Kreatifitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi  
Distributor MLM HIGH DESERT**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Dekan Fakultas Psikologi UIN Malang  
Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:  
Alifa Mahardika  
NIM: 04410031

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2009**

**Hubungan antara Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi  
Distributor MLM HIGH DESERT**

**SKRIPSI**

Oleh :  
Alifa Mahardika  
NIM: 04410031

Telah Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing

**Endah Kurniawati P, M.Psi**  
**NIP : 150 300 643**

Tanggal 27 Oktober 2009  
Mengetahui  
Dekan

**Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I**  
**NIP : 150 206 243**

**Hubungan antara Kreatifitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi**  
**Distributor MLM HIGH DESERT**  
**SKRIPSI**

Oleh:  
Alifa Mahardika  
NIM: 04410031

Telah dipertahankan di depan dewan Penguji  
Dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk  
Memperoleh gelar Sarjana psikologi (S, Psi)

Tanggal 27 Oktober 2009

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Dr. Rahmat Aziz, M.Si  
(Ketua/ penguji )

---

**NIP : 150 318 464**

2. Endah Kurniawati P, M.Psi  
(Sekretaris/Pembimbing/penguji)

---

**NIP: 150 300 643**

3. Ali Ridho, M.Si  
(Penguji Utama)

---

**NIP : 150 377 261**

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Psikologi

**Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I**  
**NIP : 150 206 243**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alifa Mahardika

NIM : 04410031

Fakultas : Psikologi

Judul Skripsi : **Hubungan antara Kreatifitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi Distributor MLM HIGH DESERT**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya ilmiah saya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sangsi akademis.

Malang, 27 Oktober 2009

Alifa Mahardika

*Moto:*

***Diam adalah Emas***

Lebih baik diam dari pada berbicara tidak bermanfaat dan membuat hati orang  
terluka

***Berbicara adalah Berlian***

Sekali berbicara ada manfaatnya dan dapat menyejukkan dan mengobati hati  
yang terluka

***Apa yang terucap adalah yang ada pada diri kita***

## *Tulisan ini Saya Persembahkan Kepada :*

*Ibu ku sebagai seorang yang telah melahirkan aku, membesarkan ku, dan mendidkiku hingga aku mendapatkan yang terbaik dalam kehidupanku.*

*Ayah ku dengan segala ketenangan, kebijaksanaan dan motivasinya yang selalu membuat aku dapat berdiri tegar hingga saat ini.*

*Kakak dan Kakak Ipar ku Wirda & Sahrul, Wildan & Desi, Widya & Askar, Wazir & Iing, dan adik ku Yasnuar Muntaha, terrimakasih banyak atas dukungannya.*

*Dan untuk Koko Donal yang selalu mensupport aku dalam segala hal.*

*Pak Mustofa dan Almarhumah ibu Suprih Hastuti yang memberi amanat pada ku*

*HIGH DESERT yang banyak sekali merubah pola pikir ku prilaku*

*Seluruh Up Line, Down Line, dan Crose Line dan seluruh*

*Distributor High Desert yang menjadi sample ku.*

*Semoga keihlasan mereka adalah halal Bagi ku*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Puji syukur kehadiran Allah SAW yang telah memberikan kecerdasan dan ilmu kepada umat manusia, sehingga kami dapat menyelesaikan tugas untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana psikologi berupa karya ilmiah dalam bentuk skripsi.

Skripsi yang berjudul Hubungan antara Kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi distributor HIGH DESERT merupakan hasil karya ilmiah disamping tugas di fakultas Psikologi UIN Malang.

Dengan selesainya karya tulis ini kami sampaikan Terima Kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor UIN Malang yang siap mengorbankan dan mengerahkan segenap tenaganya demi kemaslahatan umat.
2. Bapak Drs. H. Mulyadi, M. Pd.I selaku Dekan fakultas Psikologi UIN Malang yang selalu memberikan dan menunjukkan jalan yang terbaik serta mampu memberi solusi yang terbaik bagi mahasiswanya.
3. Ibu Endah Kurniawati P, M.Psi, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan pencerahan masalah yang terjadi selama penulisan skripsi ini dan selalu siap mengorbankan segenap pikiran, tenaga maupun waktu demi hasil yang terbaik, serta ketabahan dan kesabaran yang beliau miliki untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Serta para Dosen dan staf karyawan yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan sebagai langkah menyusun Skripsi ini.
5. Bapak Helmy S.H atas bantuan urusan administrasinya.
6. Rekan, Sahabat, dan Saudara yang telah membantu penyusunan laporan ini..

Semoga Amal baik Bapak, ibu dan saudara-saudara senantiasa bermanfaat dan mendapatkan imbalan dari Allah SAW. Amin Ya Robbal Alamin.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum sempurna hal ini dikarenakan keterbatasan kami sebagai manusia biasa, karena itu saran dan kritik kami harapkan dan kami hargai demi perbaikan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis serta bagi pengembangan ilmu pengetahuan selanjutnya.

Malang, 27 Oktober 2009

Penyusun

## DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN.....	i
JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
SUTAR PERNYATAAN.....	v
MOTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kreativitas.....	13
1. Pengertian Kreativitas.....	13
2. Pengertian Kreativitas Verbal.....	14
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas.....	16
4. Proses Kreatif.....	19
B. Pandangan Islam tentang Kreativitas Verbal.....	19
1. Intisari Ayat Tentang Kreativitas Verbal.....	20
2. Tabel ayat Tentang kreativitas Verbal.....	21
3. Baganisasi.....	27
C. Motivasi Berprestasi.....	28
1. Pengertian Motivasi Berprestasi.....	28
2. Teori Motivasi Berprestasi.....	29
a. Teori Hirarki Kebutuhan Maslow.....	29
b. Teori Motivasi Prestasi Mc. Clelland.....	30
c. Teori Eksistensi-Relasi-Pertumbuhan Aldeefer.....	31
d. Teori Dua faktor (Two Factors) dari Frederick Herzberg.....	32
3. Faktor-faktor Memengaruhi Motivasi Berprestasi.....	33
D. Pandangan Islam tentang Motivasi Berprestasi.....	35
1. Intisari Ayat Tentang motivasi Berprestasi.....	35
2. Tabel ayat Tentang motivasi Berprestasi.....	36

3. Baganisasi.....	38
E. Hubungan antara Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi .....	39
F. Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Rancangan Penelitian .....	43
B. Jenis Penelitian .....	44
C. Variabel penelitian .....	44
D. Poulasi dan Sampel .....	45
E. Data dan Metode Pegumpulan Data .....	48
F. Instrumen Penelitian .....	50
G. Validitas dan Reliabilitas .....	54
H. Teknik Analisa Data .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
1. Sejarah berdirinya PT High Desert.....	59
2. Jenjang peringkat MLM High Desert .....	60
3. Gambaran Umum Tentang Aktifitas Distributor.....	73
4. Letak Geografis Tempat Penelitian .....	77
5. Alamat Perusahaan.....	73
6. Struktur Organisasi .....	74
B. Demografi Responden.....	75
C. Paparan Data Hasil Penelitian .....	77
1. Kreativitas Verbal.....	77
2. Motivasi Berprestasi .....	85
3. Korelasi antara Kreativitas Verbal dengan Motivasi..... Berprestasi.....	93
D. Pembahasan .....	103
1.Kreativitas Verbal .....	103
2. Motivasi Berprestasi .....	109
3. Korelasi antara Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi.....	114
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	126
5.1 Kesimpulan .....	126
5.2 Saran .....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	128
<b>LAMPIRAN .....</b>	131

## Daftar Tabel

	Halaman
Tabel 2.1 ayat tentang Kreativitas Verbal .....	21
Tabel. 2.2 ayat tentang Motivasi Berprestasi .....	36
Tabel. 4.1. Mean, Standart deviasi, Varian Kraektivitas Verbal .....	77
Tabel. 4.2. Norma Kreativitas Verbal .....	78
Tabel. 4.3. Mean, Standart deviasi, Varian Kreativitas Verbal Berdasarkan Usia 17-30 tahun .....	78
Tabel. 4.4. Norma Kreativitas Verbal Berdasarkan Usia 17-30 tahun .....	79
Tabel. 4.5. Mean, Standart deviasi, Varian Kreativitas Verbal Berdasarkan Usia 31-40 tahun .....	79
Tabel. 4.6. Norma Kreativitas Verbal Berdasarkan Usia 31-40 tahun .....	79
Tabel. 4.7. Mean, Standart deviasi, Varian Kreativitas Verbal Berdasarkan Usia 41-50 tahun .....	80
Tabel. 4.8. Norma Kreativitas Verbal berdasarkan Usia 41-50 tahun .....	80
Tabel. 4.9. Mean, Standart deviasi, Varian Kreativitas Verbal Berdasarkan Usia 51-70 tahun .....	80
Tabel. 4.10. Norma Kreativitas Verbal berdasarkan Usia 51-70 tahun .....	81
Tabel. 4.11. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan Perguruan Tinggi .....	81
Tabel. 4.12. Norma Kreativitas Verbal Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan Perguruan Tinggi .....	81
Tabel. 4.13. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan SMA .....	82
Tabel. 4.14. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan	

Latar Belakang Pendidikan SMA .....	82
Tabel. 4.15. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan	
Latar Belakang Pendidikan D3.....	83
Tabel. 4.16. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan	
Latar Belakang Pendidikan D3 .....	83
Tabel. 4.17. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan	
Lama Menjalankan Usaha .....	84
Tabel. 4.18. Norma Kreativitas Verbal Berdasarkan	
Lama Menjalankan Usaha 1-5 tahun .....	84
Tabel. 4.19. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan	
Lama Menjalankan Usaha.....	84
Tabel. 4.20. Norma Kreativitas Verbal Berdasarkan	
Lama Menjalankan Usaha 6-10 tahun .....	85
Tabel.4.21. Mean, Standart deviasi, Varian .....	86
Tabel.4.22. Norma Motivasi Berprestasi .....	86
Tabel.4.23. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Usia 17 – 30 .....	87
Tabel.4.24. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 17-30 tahun .....	87
Tabel.4.25. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Usia 31-40 .....	87
Tabel.4.26. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 31- 40 .....	88
Tabel.4.27. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Usia 41-50 .....	88
Tabel.4.28. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 41-50 .....	88
Tabel.4.29. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Usia 51-70 .....	89
Tabel.4.30. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 51-70 tahun .....	89
Tabel.4.31. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan	
Latar Belakang pendidikan PT .....	90

Tabel.4.32. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan	
Latar Belakang Pendidikan PT .....	90
Tabel.4.33. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan	
Latar Belakang pendidikan SMA .....	90
Tabel.4.34. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan	
Latar Belakang pendidikan SMA .....	91
Tabel.4.35. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan	
Latar Belakang pendidikan D3 .....	91
Tabel.4.36. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan	
Latar Belakang pendidikan D3 .....	91
Tabel.4.37. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan	
Lama Menjalankan usaha 1-5 .....	92
Tabel.4.38. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan	
Lama Menjalanka Usaha 1-5 .....	92
Tabel.4.39. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan	
Lama Menjalanka Usaha 6- 10 tahun .....	93
Tabel.4.40. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan	
Lama Menjalanka Usaha 6- 10 tahun .....	93
Tabel. 4.41. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi .....	94
Tabel. 4.42. Korelasi Kreativitas Verbal Dengan Motivasi Berprestasi	
Bedasarkan Usia 17-30 .....	95
Tabel. 4.43. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi	
Bedasarkan Usia 31-44.....	96
Tabel. 4.45. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi	
Bedasarkan Usia 41-50 .....	97

Tabel. 4.46. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi	
Berdasarkan Usia 51-70 .....	98
Tabel. 4.47. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi	
Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan PT .....	99
Tabel. 4.48. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi	
Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan D3 .....	100
Tabel. 4.49. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi	
Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan SMA .....	101
Tabel. 4.50. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi	
Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 1-5 .....	102
Tabel. 4.51. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi	
Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 6-10.....	103
Tabel.4.52. Tingkat Kreativitas Verbal .....	104
Tabel. 4.53. Tingkat Motivasi Berprestasi .....	110

## Daftar Gambar

	Halaman
Gambar 1.1 Skema Perbandingan Perusahaan Dengan Sistem Konvensional Dan Sistem Network Marketing .....	4
Gambar 2.1 Bagan Kreativitas verbal menurut Islam.....	27
Gambar 2.2 Proses Terjadinya Motivasi .....	29
Gambar 2.3 Bagan Motivasi Berprestasi dalam Islam .....	38
Gambar 3.1 Diagram Rancangan Penelitian .....	44
Gambar 4.1. Peringkat Supervisor .....	46
Gambar 4.2. Peringkat Assistant Distributor Manager .....	62
Gambar 4.3. Peringkat Distributor Manager (DM) .....	63
Gambar 4.4. Peringkat Distributor Director .....	64
Gambar 4.5. Peringkat Silver Director .....	65
Gambar 4.6. Peringkat Gold Director .....	66
Gambar 4.7. Peringkat Diamon Director .....	67
Gambar. 4.8. Aktivitas Distributor .....	69
Gambar. 4.9. Struktur Organisasi PT Harmoni Dinamik .....	71
Gambar. 4.10. Demografi Responden Berdasarkan Usia .....	74
Gambar. 4.11. Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	76
Gambar. 4.12. Demografi Responden Berdasarkan Lama Bergabung .....	77

**Daftar Lampiran**

Halaman

Bukti Konsultasi .....	131
Surat Rekomendasi .....	132
Data mentah .....	133
Hasil SPSS.....	

## ABSTRAK

**Alifa Mahardika**, 2009. Hubungan antara Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi distributor High Desert. Fakutlas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.  
Pembimbing : Endah Kurniawati P, M.Psi

*Multi level Markerting* adalah salah satu strategi pemasaran dengan membangun saluran distribusi untuk memindahkan produk dari pabrik langsung ke konsumen sehingga dapat dikatakan pelaku dari bisnis MLM adalah seorang pengusaha, dalam menjalankan usaha dibutuhkan modal yang rendah, resiko kecil, dengan beberapa fasilitas, bimbingan, pendapatan tak terbatas atau besar, perluasan usaha atau ekspansi usaha. Karena kebutuhan akan tempat usaha dan persediaan produk, serta tim manajemen yang membantu semua pekerjaan administrasi dari distributor sudah disiapkan oleh perusahaan. Akan tetapi meski semua sudah disediakan kreativitas Verbal dan motivasi berprestasi, merupakan salah satu item yang harus dimiliki seorang pengusaha untuk itu perlu di ketahui Kreativitas verbal, Motivasi Berprestasi dan hubungan antara Kreativitas verbal dengan Motivasi berprestasi pada distributor MLM High Desert.

Kreativitas verbal adalah kemampuan membentuk ide-ide atau gagasan baru berdasarkan informasi atau unsur yang sudah ada yang mencerminkan kelancaran, kelenturan dalam berfikir yang terungkap secara verbal. Motivasi Berprestasi adalah suatu dorongan untuk mencapai suatu tujuan dan juga sebagai sikap dalam bekerja membangun jaringan.

Tujuan penelitian Mengetahui tingkat Kreativitas verbal, tingkat motivasi berprestasi dan hubungan antara Kreativitas verbal dengan Motivasi Berprestasi distributor *Multi Level Matketing* High Desert.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian pada data numerikal (angka) yang di olah dengan metode statistika. Dengan metode kuantitatif. Sampel yang di gunakan peneliti yaitu 1 dengan ukuran 30 orang.

Hasil dari penelitian yang telah dicapai oleh peneliti menunjukkan bahwa dari 30 responden menunjukkan tingkat Kreativitas Verbal pada distributor High Desert Malang adalah dalam kategori sedang (83%). Hasil penelitian Motivasi Berprestasi yang telah dicapai oleh peneliti menunjukkan bahwa dari 30 responden distributor High Desert Malang juga dalam kategori sedang (60%). Uji Korelasi Hubungan Antara Kreativitas Verbal Dengan Motivasi Berprestasi menunjukkan angka sebesar  $-0,140$  dengan  $p = 0,461$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -0,140^2 = 0,0197$  yang artinya ada sumbangan efektif 1,97% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Kesimpulan tingkat kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi pada distributor High Desert memiliki tingkat yang cukup. Dari hasil korelasi dapat di simpulkan bahwa ada hubungan yang negative antara variable Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi jika semakin tinggi tingkat kretivitas verbal maka tingkat motivasi berprestasi rendah, sehingga hubungan fungsional antara variabel dan koefisien korelasi tidak memberi dugaan tentang adanya hubungan kausal antara variabel yang bersangkutan.

**Kata Kunci : Kreativitas Verbal, Motivasi Berprestasi**

## ABSTRACT

**Alifa Mahardika**, 2009. Correlation Between Verbal Creativity with Achievement Motif Distributor High Desert. Minithesis of Department of Psychology, Faculty of Psychology, Universitas Islam Negeri (Islamic State University) Maulana Malik Ibrahim, Malang.  
Counselor : Endah Kurniawati P, M.Psi

*Multi level Markerting*, one of the marketing strategy with build distribution channel to move product from direct factory to consumer so that can be said executants from business MLM a entrepreneur, in run effort is wanted low capital, little risk, with a few facilities, guidance, unlimited income or big, effort extension or effort expansion. because need effort place and product provision, with management team that help all administration jobs from distributor prepared by company. but although all provided verbal creativity and achievement motif, be one of item that must has a entrepreneur for that necessary at know verbal creativity, achievement motif and correlation between verbal creativity with achievement motif in distributor MLM High Desert.

Verbal creativity ability forms ideas or new brainchild based on information or element that there are that reflect smoothness, flexibility in think revealed according to verbal. achievement motif a push to achieve a aim and also as attitude in work to build network.

watchfulness aim detects verbal creativity level, motivational level achievement and correlation between verbal creativity with achievement motif distributor MLM High Desert.

In this researcher uses quantitative kind that is watchfulness in data numerical (number) at processes with statistical method. with quantitative method. sample at use researcher that is 1 of the size 30 person.

Result from research that achieved by researcher has showed that from 30 respondents has show verbal creativity level in distributor High Desert unlucky in category (83%). motivation result achievement that achieved by researcher has showed that from 30 respondents distributor High Desert unlucky also in category (60%). connection correlation test between verbal creativity with achievement motif show number as big as -. 140 with  $p = 0,461$  matters this means that connection between both negative because  $p > 0,050$  and from the result also known the determinant coefficient as big as  $r = -,140 = ,0197$  that there effective contribution 1,97% verbal creativity variable with all aspects that consists in deepen it towards achievement motif. verbal creativity level conclusion with achievement motif distributor High Desert has level enough. from correlation result can at conclude that there is negative between variable verbal creativity with achievement motif if level excelsior verbal creativity so motivational level achievement low, so that functional connection between variable and coefficient correlation doesn't give guess about connection causal existence.

**Keyword : Verbal Creativity, Achievement Motif**

## الملخص

اليفا، مهارديكا. 2009. "التعلق بين ابداع الكلمي و حثّ على الإنجاز لموزع هيغ ديسرت. كلية علوم النفسية الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج. الكلمات الرئيسية : ابداع الكلامي، حثّ على الإنجاز

التسويق المتراتب (*multi level marketing*) هو من احد طرائق التسويق ببناء وسائل التوزيع لينقل الإنتاج من المصنع مباشرة الى المستهلك ولذا قد يقال بان سالك الشغل في التسويق المتراتب (MLM) هو كمؤسس، في اجراء هذه المهنة يحتاج الى رأس المال القليل، العواقب الصغير، بيع بعض الوسائل، التربية، و الحاصل الذي لا يحصى او الكبير و كذا توسيع العمل. لأن حاجة في مكان العمل و وجود الإنتاج، و كذا جمعية مساعدة للعمل الإداري للموزع قد جهّزها المصنع. لكن الإبداع قد يحتاج الى الإرادة و الحثّ عليه لأن من له أنشطة وملكة و قدرة ابداعية لا يجعل مباشرة احدا يعمل ويحصل الأشياء المبتدعة. فلذا العامل الذي يدفع او يحثّ عليه شيء مهمّ لموزع التسويق المتراتب (MLM) هيغ ديسرت. الإبداع الكلامي هو قدرة في صناعة الآراء او الفكرية الجديدة التي تأسست على المعلومات او العناصر الموجودة اظهرها سرعة الكلام، ولين في الفكر المبرزة فيه. والإنجاز هو الحثّ لحصول المقصود و كذا يكون عادة العمل في بناء الشريكة.

القصد من البحث هو معرفة درجة الإبداع الكلامي و درجة الحثّ علي الإنجاز كذا تعلق بينهما عند الموزع التسويق المتراتب (MLM) هيغ ديسرت هذا البحث يستعمل نوع البحث الكميّ وهو البحث الذي يحلّل البيانات الرقمية بطريقة ستاتستكا. من الطريقة الكمية هذه ستحصل اهمية إختلاف الفرق او اهمية التعلق بين كل المتغيرات المبحنة

العينية المستخدمة هي 25 % من جملة كلية قدر 120 موزعا الفعالي وهو 30 المحتوى على 8-10 موزعات في شريكة واحدة. فلذا لكل الشريكة سيأخذ 2-3 الموزع الفعالي. كفيّة مستخدمة في البحث هذا هي فرسيف استمثالي.

حاصل البحث الذي بلغته الباحثة يدلّ على انّ من 30 مستجيبا من الموزع هيغ ديسرت مالانج الذي لهم درجة معتدلة في ابداع الكلام (83%) .حاصل البحث في الحثّ على الإنجاز الذي بلغته الباحثة يدلّ على انّ 30 مستجيبا في الموزع هيغ ديسرت مالانج لهم درجة معتدلة كذلك قدر (60%). اختبار تعلقي بين الإبداع الكلامي و الحثّ على الإنجاز يدلّ على قدر -140 مع قيمة  $p=0,461$  هذا معناه انّ التعلق بينهما سلبي لأن  $P < 0,050$  ومن المحصول السابق يعلم بانّ له كوفيسين دترمنان قدر  $r^2 = -140^2 = 0197$  معناه هناك زيادة ايجابية قدر 1,97 % لمتغير الإبداع الكلامي بانواع العناصر الموجودة في داخلها على الحثّ على الإنجاز. ولذا انّ درجة ابداع الكلامي بحثّ على الإنجاز في الموزع هيغ ديسرت لها رتبة كافية. حاصل تعلقهما هو وجود تعلق سلبيّ بين المتغير الأبداعيّ و المتغير الحثي. فبالجملة كلما ترتقي درجة الإبداع الكلامي انخفض الحثّ على الإنجاز.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

*Multi level Marketing* adalah salah satu strategi pemasaran dengan membangun saluran distribusi untuk memindahkan produk dari pabrik langsung ke konsumen, strategi seperti ini membuka kesempatan bagi seseorang yang ingin memiliki usaha sendiri, dengan modal yang rendah, penghargaan dan bimbingan, resiko kecil pendapatan tak terbatas atau besar, perluasan usaha atau ekspansi usaha karena kebutuhan akan tempat usaha dan persediaan produk sudah disiapkan oleh perusahaan, serta tim manajemen yang membantu semua pekerjaan administrasi dari distributor .<sup>1</sup>

Meski tempat usaha, persediaan produk dan sistem manajemen telah disediakan akan tetapi setiap pengusaha MLM harus meluangkan waktunya untuk menjalankan usaha tersebut, karena dalam tahun pertama seseorang menjalankan suatu usaha MLM akan menghadapi berbagai cobaan antara lain: Mengatasi Raket Penolakan, (jadikan penolakan sebagai sekutu anda)<sup>2</sup> Menghindari Jebakan Manajemen (kuatkan kembali sikap mencukupi

---

<sup>1</sup> MIC Publising (2007) The secret book of MLM Surabaya: PT Menuju Insan Cemerlang hlm:20

<sup>2</sup> Mark yarnell, (1999) Tahun pertama dalam Network marketing,.Jakarta: Erlangga: hlm 1

kebutuhan sendiri dari pada sikap selalu tergantung pada orang lain),<sup>3</sup> Mengelakkan Torpedo Depresi (mempertahankan antusiasme meskipun ada kemunduran yang tidak terhindarkan)<sup>4</sup>, Menangkis Serangan Scatter Bom (tetap terfokus ditengah-tengah gangguan)<sup>5</sup>, Mengelak Dari Ranjau Pertemuan (menghindari jebakan pertemuan yang tidak produktif)<sup>6</sup>.

*Multi Level Marketing High Desert* atau di Indonesia lebih dikenal sebagai PT Harmoni Dinamik adalah perusahaan multi nasional yang bergerak di berbagai negara meliputi Hongkong, Filipina, Malaysia, Singapura, yang berpusat di Phoenix Arizona USA. High Desert Indonesia didirikan di Jakarta pada tahun 1993. High desert mempunyai moto *A Helping People Business* yaitu usaha membantu sesama mendapatkan sehat dan sejahtera, sehat melalui produknya dan sejahtera melalui bisnisnya. Setelah High Desert Indonesia di Jakarta, High Desert melebarkan sayapnya di Surabaya dan berkembang dengan pesat. Sebagai perusahaan multi nasional High Desert yang mencakup berbagai bidang yaitu *Multi level Marketing, Stock Brokering, Perumahan, Asuransi* bahkan di Indonesia High Desert mempunyai visi sosial yaitu sekolah gratis yang telah berdiri di kota Batu.

High Desert adalah suatu label makanan kesehatan yang diproduksi oleh CC POLLEN CO. Yang didirikan oleh Royden Brown, yaitu perintis

---

<sup>3</sup> Ibid Hlm 29

<sup>4</sup> Ibid Hlm 59

<sup>5</sup> Ibid Hlm 155

<sup>6</sup> Ibid Hlm 183

produk lebah madu terbesar di Amerika Serikat yang menghasilkan *Honey bee pollen* atau serbuk sari lebah madu dan juga pengeksport produk-produk lebah terbesar di dunia hingga saat ini.<sup>7</sup>

Selain ditunjang pengalaman usaha lebih dari 40 tahun dan aset penelitian ilmiah terlengkap tentang produk lebah terlengkap dari seluruh dunia dalam berbagai bahasa, CC Pollen Co, mengoperasikan pabrik pemroses *honey bee pollen* yang terbesar dan terancang dengan kecepatan produksi tertinggi di dunia, perusahaan ini telah menghasilkan 100 macam produk dan masih banyak lagi dalam tahap penelitian dan pengembangan. Dalam dua dekade terakhir di seluruh dunia, produk CC Pollen Co. Telah membuat langkah revolusioner dalam bidang kesehatan manusia dengan memangkas biaya perawatan kesehatan hingga lebih dari 90%.<sup>8</sup>

Produk-produk perlebahan dari High Desert telah direkomendasikan oleh beberapa orang ternama dunia seperti Ronald Reagan, George Bush, Bill Clinton. Disamping itu, di Indonesia produk-produk High Desert juga direkomendasikan oleh Komite Olah Raga Nasional Indonesia (KONI) sebagai makanan tambahan, karena dipercaya dan telah dibuktikan untuk menunjang kesehatan para atlet.<sup>9</sup>

Sebagai perusahaan *Multi Level Marketing* yang memiliki sistem pendistribusian yang menyalurkan barang dari pabrik ke konsumen tentunya

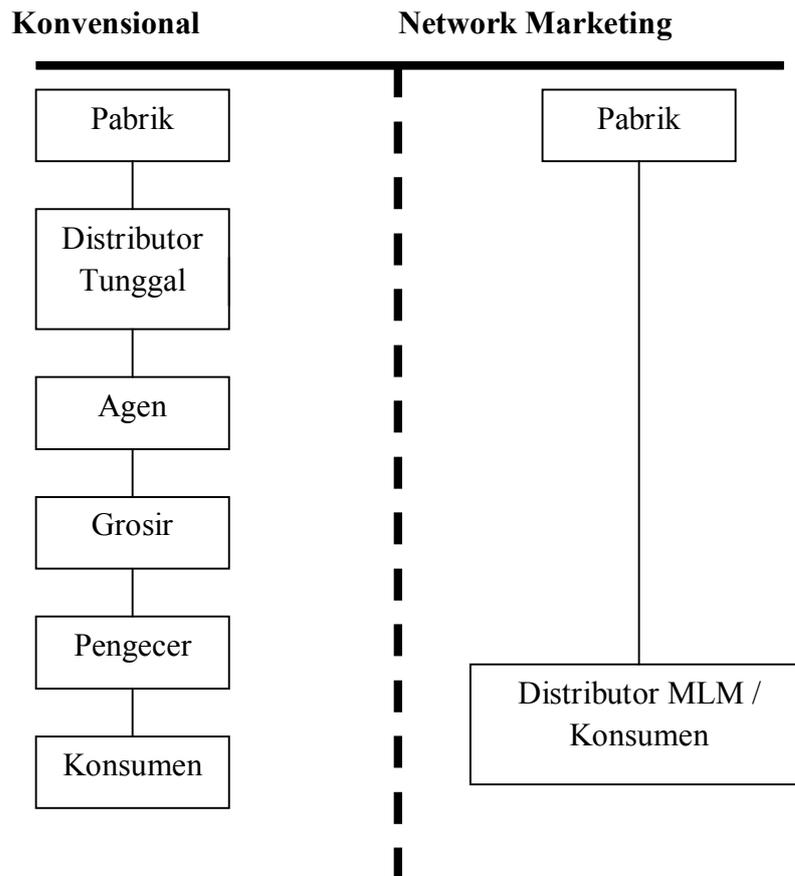
---

<sup>7</sup> Brosur profil perusahaan High Desert

<sup>8</sup> Ibid

<sup>9</sup> ibid

memiliki distributor. Distributor yang dimaksud dalam MLM High Desert adalah seorang penyalur suatu barang dari pabrik langsung ke konsumen, dapat tergambarkan dalam skema perbandingan perusahaan dengan sistem Konvensional dan sistem Network Marketing sebagai berikut:<sup>10</sup>



**Gambar 1.1 Skema Perbandingan Perusahaan Dengan Sistem Konvensional Dan Sistem Network Marketing**

Distributor High Desert memiliki tanggung jawab yang harus dilakukan antara lain:

---

<sup>10</sup> Publisng (2007), The secret book of MLM Surabaya: PT Menuju Insan Cemerlang. Hal: 22

1. Orientasi atau Perbincangan mengenal High Desert: distributor dianjurkan untuk mengadakan orientasi atau presentasi dengan tujuan mendapatkan distributor baru.
2. Rencana Bisnis
  - a. Distributor harus memberi gambaran rencana bisnis yang jelas kepada calon distributor baru yang berpotensi.
  - b. Jangan menyarankan bahwa distributor akan mencapai sukses dengan sedikit usaha.
3. Distributor tidak berhak untuk memonopoli wilayah atas rencana bisnis High Desert.
4. Distributor tidak berhak untuk menyatakan keuntungan-keuntungan lain dari pembelian barang-barang selain dari hasil dari menjalankan High Desert yang telah terbukti.<sup>11</sup>

Sebagai seorang distributor yang memiliki tanggung jawab di atas dapat dikatakan bahwa distributor adalah seorang pengusaha atau wirausaha

Wirausaha berasal dari kata bahasa perancis yaitu *Entrepreneur* pada abad 17 yang berarti sebagai orang yang menanggung resiko untung rugi dalam mengadakan kontrak pekerjaan dengan pemerintah<sup>12</sup>, dan di Amerika istilah *Entrepreneur* memberikan gambaran yang berbeda ialah: orang yang mengambil resiko, berani menghadapi ketidakpastian, membuat rencana kegiatan sendiri, dengan semangat kebangsaan melakukan kebangkitan dalam

---

<sup>11</sup> Brosus perencanaan bisnis dan tanggung jawab distributor High Desert

<sup>12</sup> Alam.Buchari, Dr, (2006) Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta : Bandung hlm: 20

tugas, menciptakan kegiatan usaha dan kegiatan industri yang sebelumnya tidak ada,<sup>13</sup> sehingga Jean Baptist Say mengatakan *entrepeneur* memiliki definisi berasal dari fungsi penggabungan dari faktor-faktor produksi dan perlengkapan manajemen yang kontinyu dan selain itu juga sebagai penanggung resiko<sup>14</sup> sehingga seorang wirausaha harus memiliki beberapa kriteria diantaranya: percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambil resiko, kepemimpinan, keorisinilan berorientasi pada masa depan dan kreativitas.

Dari beberapa kriteria yang ada, kreativitas merupakan salah satu item yang harus dimiliki seorang pengusaha, karena pengusaha akan memiliki ide-ide baru yang akan digunakan untuk mengembangkan usaha tersebut. Tanpa kreativitas hanya sedikit perusahaan yang hidup sekarang, akan tetap beroperasi beberapa tahun lagi. Perubahan sudah menjadi adu ketangkasan, dan inovasi dibutuhkan agar tetap berada di permukaan air sampai gelombang perubahan lain menghempas pantai, tanpa kreativitas anda akan menggunakan pemecahan yang sudah usang untuk mengatasi berbagai masalah. Sayangnya strategi ini tidak akan berfungsi, masalahnya terus berubah, persaingan pun semakin sengit dan anda akan menjajakan produk dan pelayanan yang sudah usang, sungguh sayang semua itu sudah ketinggalan jaman. Kreativitas bukan lagi pelengkap akan tetapi sudah menjadi faktor untuk bertahan hidup.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Ibid hlm 21-22

<sup>14</sup> Ibid hlm 20-25

<sup>15</sup> Brian clegg & Paul birch (2001). *Instan creativity*: Erlangga, Jakarta hal: 2

Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi–kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel, yang sudah ada sebelumnya<sup>16</sup> dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kreativitas verbal.

Kreativitas verbal terdiri dari 2 kata, yaitu kreativitas dan verbal. Thrustone, yang dikutip Azwar menyatakan bahwa verbal adalah pemahaman akan hubungan kata, kosakata, dan penguasaan komunikasi.

Torrance (Munandar, 1999) mengungkapkan kreativitas verbal sebagai kemampuan berpikir kreatif yang terutama mengukur kelancaran, kelenturan, dan orisinalitas dalam bentuk verbal. Bentuk verbal dalam tes Torrance berhubungan dengan kata dan kalimat.

Guilford menambahkan bahwa kreativitas verbal adalah kemampuan berfikir divergen, yaitu pemikiran yang menjajaki bermacam-macam alternatif jawaban terhadap suatu persoalan yang sama besarnya. Berdasarkan uraian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kreativitas verbal adalah kemampuan membentuk ide-ide atau gagasan baru, serta mengkombinasikan ide-ide tersebut kedalam sesuatu yang baru berdasarkan informasi atau unsur-unsur yang sudah ada, yang mencerminkan kelancaran, kelenturan, orisinalitas dalam berpikir divergen yang terungkap secara verbal.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Ibid hlm 51

<sup>17</sup> Nur AM . (2008) Kreativitas Verbal, [http:// klinis.wordpress.com, kreativitas-verbal/](http://klinis.wordpress.com/kreativitas-verbal/) Akses : 22 November 2008

Akan tetapi belum tentu para pengusaha yang memiliki kriteria tersebut dapat berhasil, menurut David Mc Clelland dalam penelitiannya mengemukakan bahwa berhasil tidaknya suatu bangsa melaksanakan pembangunan tergantung pada sejumlah orang yang mempunyai motif untuk berhasil, ada tiga sifat yang baku yang ada pada diri manusia yaitu: *Need for Power (nPow)*, *Need for Affiliation (nAff)*, *Need for Achievement (nAch)*<sup>18</sup> sama halnya dengan seseorang yang akan membangun sebuah wirausaha pasti bukan hanya kriteria di atas akan tetapi sebuah motivasi yang cukup besar karena dengan motivasi para pengusaha dapat menentukan sikap dan kinerja dalam bisnis MLM.<sup>19</sup>

Sebagai pelaku usaha haruslah memiliki suatu motivasi berprestasi agar usaha yang dijalankan tersebut dapat mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan. Pada *Multi Level Marketing* kreativitas merupakan penunjang suatu keberhasilan karena dengan kemampuan tersebut seseorang dapat melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Sehubungan dengan variabel kedua tentang Motivasi dapat diartikan sebagai dorongan. Istilah motivasi dalam psikologi diartikan sebagai berikut: Motivasi berprestasi adalah dorongan individu yang diwujudkan dalam

---

<sup>18</sup> Alam.Buchari, Dr, (2006) Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta : Bandung hlm 25

<sup>19</sup> MIC Publising 2007, The secret book of MLM Surabaya: PT Menuju Insan Cemerlang. Hal: 16

aktifitasnya dengan orientasi kompetisi dan standar maksimal untuk mencapai tujuan<sup>20</sup>.

Penelitian tentang kreativitas telah banyak dipaparkan dari berbagai sudut pandang yang berbeda, hal ini menunjukkan pentingnya untuk melakukan penelitian dalam masalah kreativitas. Penelitian yang dilakukan oleh Fatihatun Maricha (2002) di STAIN Malang, menyebutkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel kreativitas verbal dengan prestasi belajar siswa ( $F = 12.041$ ,  $P = 0,002$ ) atau  $F_{hit} (12,041) > F_{tab} (7,24)$  dengan taraf signifikan 1%.

Sedangkan Penelitian tentang motivasi kerja yang dilakukan oleh Ismatul Izzah (2008) di UIN Malang menyebutkan hasil korelasi motivasi kerja dengan prokrastinasi kerja menunjukkan angka sebesar  $-0.663$  dengan  $p = 0,000$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif tetapi signifikan karena  $p < 0,050$  dan dari hasil tersebut juga di ketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -0,663^2 = 0,439$  yang artinya ada sumbangan efektif 43,9% variabel motivasi kerja dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap prokrastinasi kerja.

Ahli psikologi menggambarkan beberapa orang yang memiliki motivasi pencapaian sukses yang tinggi, mereka adalah orang-orang yang memiliki ciri sebagai individu-individu yang memfungsikan secara penuh seluruh kapasitas dan potensi pribadinya, percaya diri dalam menghadapi dunia luar, mempunyai

---

<sup>20</sup> Munandar (2001) psikologi Industri dan organisasi: Jakarta: UI- Perss. hal 333

perasaan bertanggungjawab terhadap keseluruhan perilakunya, serta memiliki daya kreatifitas yang tinggi.<sup>21</sup>

Berdasarkan wawancara Desember 2008 yang peneliti lakukan pada beberapa distributor bahwa kreatifitas dan motivasi berprestasi yang tinggi sangatlah menunjang suatu keberhasilan dari suatu usaha dan juga suatu pemecahan masalah, akan tetapi ada beberapa waktu dimana distributor mengalami kesenjangan antara kreativitas dan motivasi berprestasi yang tidak seimbang.<sup>22</sup>

Melalui latar belakang di atas bahwa seorang distributor sebagai seorang pengusaha yang harus memperbincangkan produk untuk mengenalkan kepada konsumen sangat dibutuhkan tingkat kreativitas verbal yang cukup agar konsumen yang mendengarkan suatu presentasi produk merasa yakin dan percaya atas informasi yang diberikan sehingga bergabung menjadi konsumen tetap atau berpatner dalam usaha yang ditawarkan. Sedangkan motivasi berprestasi berfungsi sebagai penentu sikap dan kinerja dalam menjalankan usaha. Sehingga peneliti berkeinginan untuk meneliti hubungan kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi pada distributor di MLM High Desert. Hal ini menarik karena untuk meningkatkan kreativitas verbal dan motivasi berprestasi distributor dalam memberikan pelayanan pada konsumen serta untuk mencapai keberhasilan usaha

---

<sup>21</sup> Sukmadinata S. N (dalam Eva maria ulfah, (2005)). *Hubungan antara tingkat kematangan beragama remaja muslim dengan motivasi menuntut ilmu dan kegemaran membaca*. Tesis, fakultas psikologi UGM Yogyakarta. hlm. 8 Di ambil dari Huda,M.N (2007).*Hubungan antara Motivasi Belajar dengan Prokrastinasi Akademik Pada Siswa MTs Miftahul Ulum Ngingit Tumpang Malang*.Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang. hlm 6

<sup>22</sup> Wawancara pada tanggal 25-26 Desember 2008

yang dijalankan. Sehingga harapannya dari hasil penelitian yang diperoleh nantinya dapat dijadikan bahan pertimbangan seorang pemimpin suatu jaringan dalam menentukan kebijakan dan langkah-langkah strategi untuk meningkatkan kualitas kinerja distributor yang lebih optimal.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang ada dalam latar belakang, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tingkat Kreativitas verbal distributor MLM HD?
2. Bagaimanakah tingkat Motivasi Berprestasi distributor MLM HD?
3. Bagaimana hubungan antara Kreativitas verbal dengan Motivasi berprestasi pada distributor MLM HD?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tingkat Kreativitas verbal distributor MLM HD
2. Mengetahui tingkat Motivasi Berprestasi distributor MLM HD
3. Mengetahui hubungan antara Kreativitas verbal dengan Motivasi berprestasi pada distributor MLM HD

## **D. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

Harapan peneliti nantinya dapat memberikan masukan bagi Psikologi Khususnya psikologi Industri yaitu dengan menambah wawasan tentang

Hubungan Kreativitas verbal dengan Motivasi Berprestasi yang bukan hanya karyawan akan tetapi pada pemilik usaha.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

Merupakan aplikasi dari teori-teori yang telah dipelajari sebelumnya kedalam kehidupan sehari-hari terutama dalam memasuki dunia usaha nantinya.

2. Bagi Lembaga atau Distributor

Dari hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai masukan atau pertimbangan agar mengetahui apa yang perlu dikembangkan dari sisi Kreativitas verbal dan Motivasi Berprestasi yang akan diberikan sebagai *up line* terhadap *down line*.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan nantinya dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat diperlukan untuk menyempurnakan dan mengembangkan serta mencari faktor-faktor lain yang masih belum terungkap dalam penelitian tentang hubungan Kreativitas dengan Motivasi Berprestasi distributor MLM.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kreativitas**

##### **1. Pengertian Kreatifitas**

Banyak pengertian kreativitas yang berbeda-beda tergantung dari bagaimana orang mendefinisikannya karena kreatifitas merupakan konsep yang majemuk dan multi dimensional, sehingga tidak ada satu definisi yang dapat mewakili pemahaman yang beragam tentang kreativitas.

Menurut Munandar kreativitas adalah

- a. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru berdasar data, informasi, atau unsur-unsur yang ada.
- b. Kreativitas (berpikir kreatif atau berpikir divergen) adalah kemampuan berdasarkan data atau informasi yang tersedia menemukan banyak kemungkinan jawaban terhadap suatu masalah. Dimana penekanannya adalah kuantitas, ketepatan, dan ketepatan jawaban.<sup>23</sup>

Munandar menjelaskan keberhasilan kreativitas terletak pada kemampuan membuat suatu yang baru dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya menjadi sesuatu yang bermanfaat dan berguna. Sesungguhnya

---

<sup>23</sup> Munandar, U. 1987. *Kreativitas sepanjang masa*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta: hal 10

apa yang dihasilkan dan diciptakan itu tidak perlu hal-hal yang baru saja tetapi merupakan gabungan dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.

Drevidahl dalam Harlock juga mendefinisikan kreatif sebagai kemampuan seorang untuk menghasilkan komposisi, produk atau gagasan apa saja yang pada dasarnya baru dan sebelumnya tidak dikenal pembuatnya. Ia dapat berupa kegiatan imajinatif atau sintesis pemikiran yang bukan hanya perangkuman, ia mungkin mencakup pembentukan pola baru dan gabungan informasi yang diperoleh dari pengalaman dan pencangkakan hubungan lama kesituasi baru dan mungkin mencakup pembentukan korelasi baru, ia harus mempunyai maksud atau tujuan yang ditentukan bukan fantasi semata. Walaupun merupakan hasil yang sempurna dan lengkap ia mungkin dapat berbentuk produk seni, kesusastraan, produk ilmiah, atau mungkin *procedural* atau metodologis.<sup>24</sup>

## 2. Pengertian Kreativitas Verbal

Kreativitas verbal terdiri dari 2 kata, yaitu kreativitas dan verbal. Thrustone, Azwar menyatakan bahwa verbal adalah pemahaman akan hubungan kata, kosakata, dan penguasaan komunikasi.<sup>25</sup>

Sinolungan menyatakan bahwa kreativitas verbal adalah kemampuan berkomunikasi yang diawali dengan pembentukan ide melalui kata-kata, serta

---

<sup>24</sup> Hurlock, E (1993) *Perkembangan anak jilid 2* Jakarta: Erlangga: hlm 4

<sup>25</sup> Azwar 1996 (Nur AM . 2008) Kreativitas Verbal, [http:// klinis.wordpress.com, kreativitas-verbal/](http://klinis.wordpress.com/kreativitas-verbal/) Akses: 22 November 2008

mengarahkan fokus permasalahan pada penguasaan bahasa atau kata-kata, yang akan menentukan jelas tidaknya pengertian mengenai ide yang disampaikan.<sup>26</sup>

Torrance mengungkapkan kreativitas verbal sebagai kemampuan berpikir kreatif yang terutama mengukur kelancaran, kelenturan, dan orisinalitas dalam bentuk verbal. Bentuk verbal dalam tes Torrance berhubungan dengan kata dan kalimat.<sup>27</sup>

Mednick & Mednick menambahkan bahwa kreativitas verbal adalah kemampuan melihat hubungan antar ide yang berbeda satu sama lain dan kemampuan untuk mengkombinasikan ide-ide tersebut ke dalam asosiasi baru. Anak-anak yang mempunyai kemampuan tersebut mampu membuat pola-pola baru berdasarkan prakarsanya sendiri menurut ide-ide yang terbentuk dalam kognitif mereka.<sup>28</sup>

Guilford menambahkan bahwa kreativitas verbal adalah kemampuan berfikir divergen, yaitu pemikiran yang menjajagi bermacam-macam alternatif jawaban terhadap suatu persoalan yang sama besarnya. Berdasarkan uraian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kreativitas verbal adalah kemampuan membentuk ide-ide atau gagasan baru, serta mengkombinasikan ide-ide tersebut kedalam sesuatu yang baru berdasarkan informasi atau unsur-unsur

---

<sup>26</sup> Sinolungan (2001) (Nur AM . 2008) Kreativitas Verbal, <http://klinis.wordpress.com/kreativitas-verbal/> Akses: 22 November 2008

<sup>27</sup> Torrance dalam (Munandar, 1999b) (Nur AM . 2008), *ibid.*

<sup>28</sup> Mednick & Mednick (dalam Sinolungan, 2001), *ibid.*

yang sudah ada, yang mencerminkan kelancaran, kelenturan, orisinalitas dalam berpikir divergen yang terungkap secara verbal.<sup>29</sup>

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreativitas

Menurut Hurlock ketika masih diyakini bahwa kreativitas merupakan unsur bawaan yang hanya dimiliki sebagian kecil anak, dianggap bahwa kreatifitas akan berkembang secara otomatis dan tidak dibutuhkan adanya rangsangan lingkungan yang menguntungkan bagi perkembangan anak, bertentangan dengan itu sekarang diketahui bahwa semua anak mempunyai potensi untuk kreatif, walaupun tingkat kreativitasnya berbeda-beda, akibatnya, kreativitas seperti halnya setiap potensi lain, perlu diberi kesempatan dan rangsangan oleh lingkungan untuk berkembang.<sup>30</sup>

Dalam rangka menciptakan kreativitas tidak saja dibutuhkan kebiasaan yang dimulai dari kecil memang tetap dilatih dan mempunyai perhatian yang besar terhadap bidang yang ditekuninya. Disamping hal tersebut, menurut Hurlock (dalam satia darma,2003: 117-120) ada saat dimana kreativitas itu bisa tercapai. antara lain faktor-faktor tersebut adalah

- a. waktu: agar anak menjadi orang yang kreatif hendaknya anak diberi waktu yang cukup dan diberi kebebasan untuk bermain dengan konsep-konsep maupun gagasan mereka sehingga mereka dapat menciptakan ataupun menemukan sesuatu yang baru.

---

<sup>29</sup> Guilford (1967) (Nur AM . 2008) ibid.

<sup>30</sup> Hurlock,E (1993) *Perkembangan anak jilid 2* Jakarta:Erlangga: hal 11

- b. Kesempatan Menyendiri: untuk dapat meningkatkan kreativitas anak, maka pendidik hendaknya memberikan kesempatan pada anak untuk menyendiri, karena dengan kesendiriannya itu bisa menumbuhkan imajinasi tanpa ada penghalang.
- c. Dorongan: dorongan atau sugesti sangat dibutuhkan oleh anak dalam mengembangkan kreativitas terutama pada usia pra sekolah dimana masa itu anak ingin selalu diperhatikan oleh orang lain. Untuk itu anak harus sering dikritik atau diejek karena akan menyebabkan anak minder dan putus asa.
- d. Sarana: sarana juga penting bagi pengembangn kreativitas anak, karena sarana dapat membantu menyalurkan kreativitas anak.
- e. Lingkungan yang merangsang: lingkungan juga mempengaruhi peningkatan kreatifitas anak. Oleh karena itu diperlukan lingkungan yang mendukung dan dapat merangsang kearah kreatifitas, sebaliknya lingkungan yang tidak mendukung akan menyebabkan kreatifitas anak terhambat.
- f. Hubungan orang tua anak tidak posesif: orang tua tidak terlalu melindungi atau posesi terhadap anak akan mendorong anak untuk mandiri.
- g. Cara mendidik anak: pola pendidikan yang ditanamkan oleh orang tua menentukan perkembangan anak di masa mendatang. Cara mendidik yang demokratis membantu meningkatkan kreativitas anak. Sebaliknya

pola asuh yang otoriter atau mengkekang akan membatasi gerak anak dalam mewujudkan gagasannya.

- h. Kesempatan untuk memperoleh pengetahuan: kreativitas tidak akan muncul dalam kondisi yang hampa, semakin baik dasar untuk mencapai hasil yang kreatif.<sup>31</sup>

Munandar menambahkan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas verbal adalah:

- a. Kelancaran berpikir (*fluency of thinking*) yang menggambarkan banyaknya gagasan yang keluar dalam pemikiran seseorang.
- b. Fleksibilitas (keluwesan) yaitu kemampuan untuk menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan.
- c. Orisinalitas (keaslian) yaitu kemampuan seseorang untuk mencetuskan gagasan asli.
- d. Elaborasi yaitu kemampuan untuk mengembangkan ide-ide dan menguraikan ide-ide tersebut secara terperinci.

Keempat faktor tersebut oleh Munandar digunakan untuk menyusun Tes Kreativitas Verbal.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> ibid

<sup>32</sup> Nur AM . 2008 Kreativitas Verbal, [http:// klinis.wordpress.com, kreativitas-verbal/](http://klinis.wordpress.com/kreativitas-verbal/) Akses: 22 November 2008

#### 4. Proses Kreatif

Kreativitas adalah sebuah proses, dalam dunia kerja Menurut Geofferey Petty Proses kreatif terdiri dari enam tahap, yaitu:

- a. Inspirasi: Membangkitkan gagasan sebanyak-banyaknya.
- b. Klarifikasi: Fokus pada sasaran, memperjelas suatu tujuan dari pekerjaan yang kita lakukan.
- c. Distilasi: Memeriksa gagasan yang telah dihasilkan dan mencoba untuk menentukan pekerjaan yang akan dikerjakan.
- d. Perspirasi: Mengerjakan gagasan terbaik dengan tekun.
- e. Inkubasi: Meninggalkan pekerjaan meskipun terkadang masih mempertimbangkannya, membiarkannya pada permukaan pikiran
- f. Evaluasi: Melihat kebelakang pekerjaan yang sedang berlangsung<sup>33</sup>

#### B. Pandangan Islam tentang Kreativitas Verbal

##### 1. Intisari ayat tentang Kreativitas Verbal

Pandangan Islam terhadap kreativitas verbal terdapat beberapa unsur, seperti salah satunya terletak pada surat An-Nahl 68-69.

وَأَوْحَىٰ رَبُّكَ إِلَىٰ النَّحْلِ أَنِ اتَّخِذِي مِنَ الْجِبَالِ بُيُوتًا وَمِنَ الشَّجَرِ وَمِمَّا  
يَعْرَشُونَ ﴿٦٨﴾ ثُمَّ كُلِي مِن كُلِّ الثَّمَرَاتِ فَاسْلُكِي سُبُلَ رَبِّكِ ذُلَالًا ۗ يَخْرُجُ

<sup>33</sup> Geoffrey Petty, 1997. *How to better at... Creativity*. Garamedia: Jakarta

مِنْ بُطُونِهَا شَرَابٌ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ فِيهِ شِفَاءٌ لِلنَّاسِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً

لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٦٨﴾

68. dan Tuhanmu mewahyukan kepada lebah: "Buatlah sarang-sarang di bukit-bukit, di pohon-pohon kayu, dan di tempat-tempat yang dibikin manusia",

69. kemudian makanlah dari tiap-tiap (macam) buah-buahan dan tempuhlah jalan Tuhanmu yang telah dimudahkan (bagimu). dari perut lebah itu ke luar minuman (madu) yang bermacam-macam warnanya, di dalamnya terdapat obat yang menyembuhkan bagi manusia. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Tuhan) bagi orang-orang yang memikirkan.

Dari ayat di atas ada beberapa anjuran agar kita dapat menjadi seseorang yang memiliki kreativitas verbal yang cukup. Secara tersirat dari beberapa ayat yang telah terkumpul menyebutkan beberapa data, unsur dan informasi dari Tuhan, jika manusia mengkombinasikan dan memikirkan wahyu tersebut maka manusia akan mendapat jalan Allah. Suatu proses yang terdapat dalam surat An-Nahl adalah salah satu bentuk anjuran dari Allah agar manusia mempunyai Kreativitas verbal dan selalu berpikir mengkaji data, menganalisa suatu unsur dan juga menyampaikan suatu ilmu sebagai informasi agar manusia lain juga mendapatkan manfaat dari apa yang telah kita dapatkan dari hasil kreativitas verbal.

## 2. Tabel ayat tentang Kreativitas Verbal

Table 2.1 ayat tentang Kreativitas Verbal

No	Kata Kunci	Ayat atau Hadist	Arti	Substansi
1.	تفكر	<p>الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ﴿١٩١﴾</p>	<p>191. (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan Kami, Tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha suci Engkau, Maka peliharalah Kami dari siksa neraka.</p>	Berfikir
2.	تفكر	<p>﴿ يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿١٣١﴾</p>	<p>219. mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: " yang lebih dari keperluan." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir,</p>	Berfikir
3.	تفكر	<p>وَلَوْ شِئْنَا لَرَفَعْنَاهُ بِهَا وَلَكِنَّهُ أَخْلَدَ إِلَى الْأَرْضِ وَاتَّبَعَ</p>	<p>176. dan kalau Kami menghendaki, Sesungguhnya Kami tinggikan (derajat)nya dengan ayat-ayat itu,</p>	Berfikir

	<p>هُوَ لَهُ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ الْكَلْبِ      إِنَّ تَحْمِيلَ عَلَيْهِ يَلْهَثُ أَوْ      تَتْرَكُهُ يَلْهَثُ ۚ ذَٰلِكَ مَثَلُ      الْقَوْمِ الَّذِينَ كَذَبُوا      بِآيَاتِنَا ۚ فَاقْصُصِ الْقَصَصَ      لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١٧٦﴾</p>	<p>tetapi Dia cenderung kepada dunia dan menurutkan hawa nafsunya yang rendah, Maka perumpamaannya seperti anjing jika kamu menghalanya diulurkannya lidahnya dan jika kamu membiarkannya Dia mengulurkan lidahnya (juga). demikian Itulah perumpamaan orang-orang yang mendustakan ayat-ayat kami. Maka Ceritakanlah (kepada mereka) kisah-kisah itu agar mereka berfikir.</p>	
4.	<p>تفكر      إِنَّمَا مَثَلُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا      كَمَاءٍ أَنْزَلْنَاهُ مِنَ السَّمَاءِ      فَاخْتَلَطَ بِهِ نَبَاتُ الْأَرْضِ      مِمَّا يَأْكُلُ النَّاسُ وَالْأَنْعَامُ      حَتَّىٰ إِذَا أَخَذَتِ الْأَرْضُ      زُخْرُفَهَا وَازَّيَّنَتْ وَظَنَّ      أَهْلُهَا أَنَّهُمْ قَادِرُونَ عَلَيْهَا      أَتْنَاهَا أَمْرًا لَيْلًا أَوْ نَهَارًا      فَجَعَلْنَاهَا حَصِيدًا كَأَن لَّمْ      تَغْنَ بِالْأَمْسِ ۚ كَذَٰلِكَ      نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ      يَتَفَكَّرُونَ ﴿١٧٧﴾</p>	<p>24. Sesungguhnya perumpamaan kehidupan duniawi itu, adalah seperti air (hujan) yang Kami turunkan dan langit, lalu tumbuhlah dengan subur karena air itu tanam-tanaman bumi, di antaranya ada yang dimakan manusia dan binatang ternak. hingga apabila bumi itu telah sempurna keindahannya, dan memakai (pula) perhiasannya, dan pemilik-permiliknya mengira bahwa mereka pasti menguasainya, tiba-tiba datanglah kepadanya azab Kami di waktu malam atau siang, lalu Kami jadikan (tanam-tanamannya) laksana tanam-tanaman yang sudah disabit, seakan-akan belum pernah tumbuh kemarin. Demikianlah Kami menjelaskan tanda-</p>	Berfikir

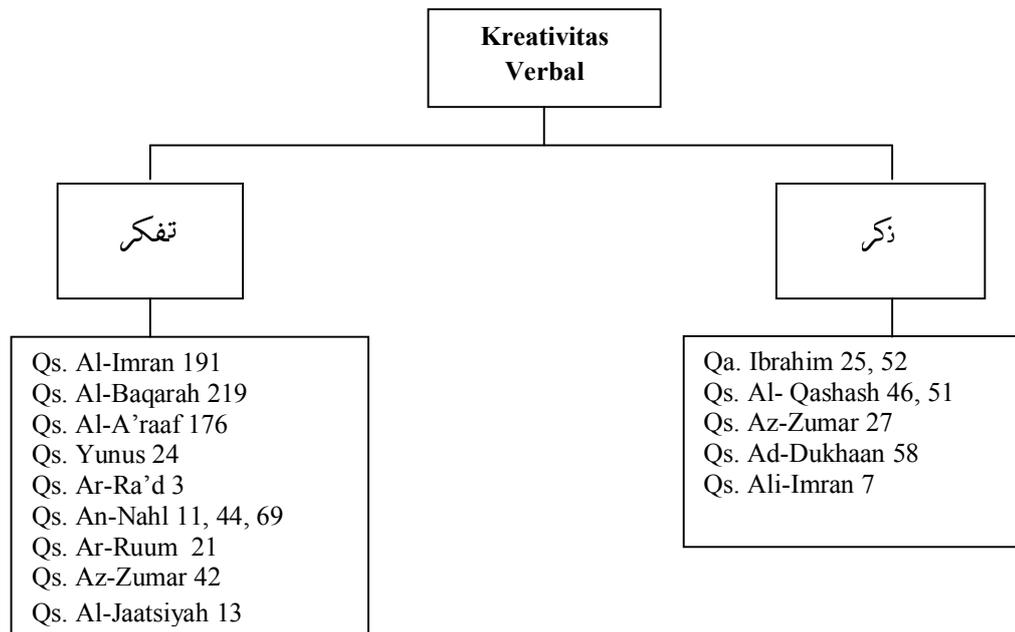
			tanda kekuasaan (Kami) kepada orang-orang berfikir.	
5.	تفكر	<p>وَهُوَ الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْهَارًا وَمِنْ كُلِّ الشَّجَرِ جَعَلَ فِيهَا زَوْجَيْنِ اثْنَيْنِ يُغْشَى اللَّيْلَ الْيَوْمَ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٥٠﴾</p>	<p>3. dan Dia-lah Tuhan yang membentangkan bumi dan menjadikan gunung-gunung dan sungai-sungai padanya. dan menjadikan padanya semua buah-buahan berpasangan-pasangan, Allah menutupkan malam kepada siang. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan.</p>	Berfikir
6.	تفكر	<p>يُنَبِّئُكُمْ بِهِ الْزَّرْعَ وَالزَّيْتُونَ وَالنَّخِيلَ وَالْأَعْنَابَ وَمِنْ كُلِّ الشَّجَرِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٥١﴾</p> <p>بِالْبَيِّنَاتِ وَالزُّبُرِ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٥٢﴾</p> <p>ثُمَّ كُلِي مِنْ كُلِّ الشَّجَرِ فَاسْلُكِي سُبُلَ رَبِّكِ ذُلًّا ۗ</p>	<p>11. Dia menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanam-tanaman; zaitun, korma, anggur dan segala macam buah-buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar ada tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memikirkan.</p> <p>44. keterangan-keterangan (mukjizat) dan kitab-kitab. dan Kami turunkan kepadamu Al Quran, agar kamu menerangkan pada umat manusia apa yang telah diturunkan kepada mereka dan supaya mereka memikirkan,</p> <p>69. kemudian makanlah dari tiap-tiap (macam) buah-buahan dan tempuhlah jalan Tuhanmu yang telah dimudahkan (bagimu). dari perut lebah</p>	Berfikir

		<p>تَخْرُجُ مِنْ بُطُونِهَا شَرَابٌ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ فِيهِ شِفَاءٌ لِلنَّاسِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٦١﴾</p>	<p>itu ke luar minuman (madu) yang bermacam-macam warnanya, di dalamnya terdapat obat yang menyembuhkan bagi manusia. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Tuhan) bagi orang-orang yang memikirkan.</p>	
7.	تفكر	<p>وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٦٢﴾</p>	<p>21. dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah Dia menciptakan untukmu isteri-isteri dari jenismu sendiri, supaya kamu cenderung dan merasa tenteram kepadanya, dan dijadikan-Nya diantaramu rasa kasih dan sayang. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang berfikir.</p>	Berfikir
8.	تفكر	<p>اللَّهُ يَتَوَفَّى الْأَنْفُسَ حِينَ مَوْتِهَا وَالَّتِي لَمْ تَمُتْ فِي مَنَامِهَا فَيُمْسِكُ الَّتِي قَضَىٰ عَلَيْهَا الْمَوْتَ وَيُرْسِلُ الْأُخْرَىٰ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٦٣﴾</p>	<p>42. Allah memegang jiwa (orang) ketika matinya dan (memegang) jiwa (orang) yang belum mati di waktu tidurnya; Maka Dia tahanlah jiwa (orang) yang telah Dia tetapkan kematiannya dan Dia melepaskan jiwa yang lain sampai waktu yang ditetapkan. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda kekuasaan Allah bagi kaum yang berfikir.</p>	Berfikir
9.	تفكر	<p>وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِنْهُ إِنَّ فِي</p>	<p>13. dan Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-</p>	Berfikir

		<p>ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١٠﴾</p>	<p>Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir.</p>	
10.	<p>نَكَر</p>	<p>تُوتِي أَكْطَاهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا ۗ وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿١٠﴾</p> <p>هَٰذَا بَلَاغٌ لِّلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوا بِهِ ۗ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهُهُ وَوَاحِدٌ وَلِيَذَّكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ ﴿١١﴾</p>	<p>25. pohon itu memberikan buahnya pada Setiap musim dengan seizin Tuhannya. Allah membuat perumpamaan-perumpamaan itu untuk manusia supaya mereka selalu ingat.</p> <p>52. (Al Quran) ini adalah penjelasan yang sempurna bagi manusia, dan supaya mereka diberi peringatan dengan-Nya, dan supaya mereka mengetahui bahwasanya Dia adalah Tuhan yang Maha Esa dan agar orang-orang yang berakal mengambil pelajaran.</p>	<p>Mengingat</p>
11.	<p>نَكَر</p>	<p>وَمَا كُنْتَ بِجَانِبِ الطُّورِ إِذْ نَادَيْنَا وَلَٰكِن رَّحْمَةً مِّن رَّبِّكَ لِتُنذِرَ قَوْمًا مَّا أَتَتْهُمْ مِّن نَّذِيرٍ مِّن قَبْلِكَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٤٦﴾</p> <p>وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٤٧﴾</p>	<p>46. dan Tiadalah kamu berada di dekat gunung Thur ketika Kami menyeru (Musa), tetapi (kami beritahukan itu kepadamu) sebagai rahmat dari Tuhanmu, supaya kamu memberi peringatan kepada kaum (Quraisy) yang sekali-kali belum datang kepada mereka pemberi peringatan sebelum kamu agar mereka ingat.</p> <p>51. dan Sesungguhnya telah Kami turunkan berturut-turut Perkataan ini (Al Quran) kepada mereka agar mereka mendapat pelajaran</p>	<p>Mengingat</p>

12.	ذکر	<p>وَلَقَدْ صَرَّفْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٦٧﴾</p>	27. Sesungguhnya telah Kami buat bagi manusia dalam Al Quran ini Setiap macam perumpamaan supaya mereka dapat pelajaran.	Mengingat
13.	ذکر	<p>فَإِنَّمَا يَسَّرْنَاهُ بِلِسَانِكَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٥٨﴾</p>	58. Sesungguhnya Kami mudahkan Al Quran itu dengan bahasamu supaya mereka mendapat pelajaran.	Mengingat
14.	ذکر	<p>هُوَ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَيْكَ الْكِتَابَ مِنْهُ آيَاتٌ مُحْكَمَاتٌ هُنَّ أُمُّ الْكِتَابِ وَأُخَرُ مُتَشَابِهَاتٌ فَأَمَّا الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ زَيْغٌ فَيَتَّبِعُونَ مَا تَشَابَهَ مِنْهُ ابْتِغَاءَ الْفِتْنَةِ وَابْتِغَاءَ تَأْوِيلِهِ ۗ وَمَا يَعْلَمُ تَأْوِيلَهُ إِلَّا اللَّهُ ۗ وَالرَّاسِخُونَ فِي الْعِلْمِ يَقُولُونَ ءَأَمَّنَّا بِهِ ۗ كُلٌّ مِّنْ عِنْدِ رَبِّنَا ۗ وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ ﴿٦٧﴾</p>	7. Dia-lah yang menurunkan Al kitab (Al Quran) kepada kamu. di antara (isi) nya ada ayat-ayat yang muhkamaat, Itulah pokok-pokok isi Al qur'an dan yang lain (ayat-ayat) mutasyaabihaat. Adapun orang-orang yang dalam hatinya condong kepada kesesatan, Maka mereka mengikuti sebagian ayat-ayat yang mutasyaabihaat daripadanya untuk menimbulkan fitnah untuk mencari-cari ta'wilnya, Padahal tidak ada yang mengetahui ta'wilnya melainkan Allah. dan orang-orang yang mendalam ilmunya berkata: "Kami beriman kepada ayat-ayat yang mutasyaabihaat, semuanya itu dari sisi Tuhan kami." dan tidak dapat mengambil pelajaran (daripadanya) melainkan orang-orang yang berakal.	Mengingat

### 3. Baganisasi



Gambar 2.1 Bagan Kreativitas verbal menurut Islam

Kreativitas verbal adalah berfikir divergen yaitu kemampuan seseorang untuk mengkombinasikan data, info, dan unsur yang dikombinasikan secara luwes sehingga memunculkan ide-ide baru yang tepat guna dalam berkomunikasi dan memecahkan suatu permasalahan. Dari bagan di atas mengenai kreativitas dalam pandangan Islam mempunyai 3 unsur yaitu:

تفكر yaitu: berfikir, ذكر yaitu: mengingat dan **خطب** yaitu: menyampaikan.

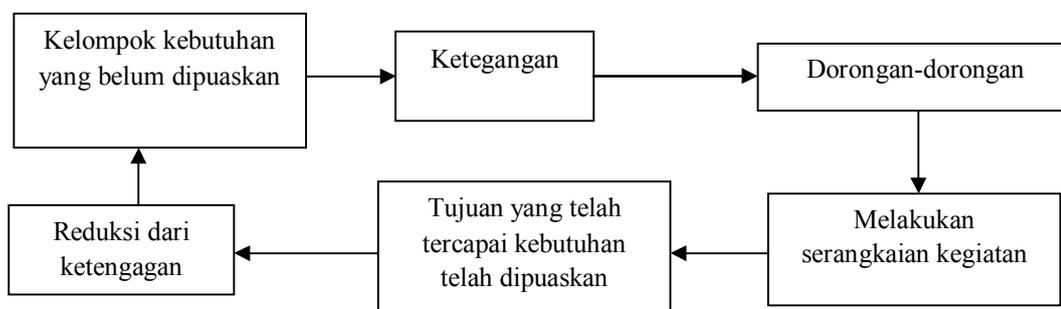
### C. Motivasi Berprestasi

#### 1. Pengertian Motivasi Berprestasi

Motivasi merupakan aspek yang penting dalam psikologi industri dan organisasi terutama dalam motivasi kerja dan motivasi berprestasi pada pengusaha

Secara umum motivasi adalah dorongan dan kekuatan yang mengarahkan manusia berperilaku. Istilah “*motivation*” berasal dari bahasa Latin “*movore*”, yaitu “*to move*” yang berarti berpindah atau bergerak (*to move*). Motivasi merupakan bentuk dorongan yang melatarbelakangi perilaku, yang dikenal juga sebagai suatu desakan, keinginan atau kebutuhan. Secara Etimologi Motivasi berasal dari Bahasa Inggris *Motivation*, yang artinya dorongan. Namun, pengertian terminologinya adalah *keseluruhan dorongan, keinginan, kebutuhan dan daa yang sejenis yang mengarahkan perilaku*<sup>34</sup>..

Motivasi adalah suatu proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah ketercapainya tujuan tertentu. Berlangsungnya motivasi dapat dilihat dari gambar sebagai berikut:



Gambar 2.2 Proses Terjadinya Motivasi<sup>35</sup>

## 2. Teori Motivasi Berprestasi

### a. Teori hirarki kebutuhan Maslow

<sup>34</sup> Harold Koontz O’ Donnel dan Heinz Wehrich, dalam. Koentjoro, 1990. *Pengaruh Achievement Motivation Training dan Jenis Kegiatan Mahasiswa terhadap Peningkatan Indeks Prestasi Mahasiswa. Laporan Penelitian*. Tidak Dipublikasikan. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.

<sup>35</sup> Munandar. (2001), *Pesokologi industri dan organisasi*, UI-press: Jakarta

Adalah teori tentang memotivasi manusia dengan cara memperhatikan faktor-faktor kebutuhannya, dimana kebutuhan manusia tersebut mempunyai tingkatan (hirarki). Oleh karena itu penting artinya bagi para manajer untuk memahami kebutuhan yang umumnya paling penting bagi manusia. Teori motivasi menurut Maslow terdiri atas lima kebutuhan dasar manusia yaitu antara lain :

1. Kebutuhan Fisiologis

Yaitu kebutuhan yang mendasar (pokok) yang harus segera dipenuhi  
contoh: makan, minum , tempat tinggal, kebutuhan biologis

2. Kebutuhan akan keselamatan dan keamanan

Yaitu kebutuhan akan terbebasnya bahaya fisik, rasa takut, kehilangan pekerjaan dan materi. Contoh: keamanan dalam bekerja, keamanan ekonomi dimasa depan dan bebas dari ancaman lainnya

3. Kebutuhan untuk rasa memiliki

Yaitu kebutuhan akan pergaulan dengan sesamanya dan sebagai bagian dari kelompok. Contoh: butuh teman kerja, bermain, dan lain-lain.

4. Kebutuhan akan penghargaan

Yaitu kebutuhan akan merasa dirinya berharga dan dihargai oleh orang lain. Contoh: pujian, tanda penghargaan, sanjungan dan lain-lain

5. Kebutuhan aktualisasi diri

Yaitu kebutuhan untuk mengembangkan diri dan menjadi orang

sesuai dengan yang dicita-citakan.<sup>36</sup>

#### **b. Teori Motivasi Prestasi Mc. Clelland**

Menurut Mc. Clelland (dalam Hasibuan) ada tiga macam kebutuhan manusia yaitu :

1. Kebutuhan akan prestasi (*need of achievement*)

Kebutuhan akan prestasi akan mendorong seseorang untuk mengembangkan kreativitas dan mengerahkan semua kemampuan serta energi yang dimilikinya demi mencapai prestasi kerja yang optimal.

2. Kebutuhan akan afiliasi (*need of affiliation*)Terdiri dari :

Kebutuhan akan perasaan diterima oleh orang lain di lingkungan ia tinggal dan bekerja

- a. Kebutuhan akan perasaan dihormati
- b. Kebutuhan akan perasaan maju dan tidak gagal
- c. Kebutuhan akan perasaan ikut serta

3. Kebutuhan akan kekuasaan (*need of power*)

Ego manusia ingin lebih berkuasa dari manusia lainnya yang akan menimbulkan persaingan. Persaingan ditumbuhkan secara sehat oleh pemimpin dalam memotivasi bawahannya.<sup>37</sup>

#### **c. Teori Eksistensi-Relasi-Pertumbuhan Aldeefer**

Teori motivasi ini lebih di kenal sebagai ERG sebagai singkatan

---

<sup>36</sup> . Maslow, (2001) *Teori Motivasi, Madhab ke tiga*, Jakarta: Gramedia

<sup>37</sup> .Hasibuan (2002). *Manajemen Sumber daya manusia*, Yogyakarta: Gajah mada Univercity Press

dari *Existence, Relatednes, Growth need*.

1. Kebutuhan eksistensi (*Existence needs*)

Merupakan kebutuhan akan substansi material seperti keinginan akan memperoleh makanan, air, perumahan, uang, mebel, dan mobil, kebutuhan ini mencakup kebutuhan fisiologikal dan kebutuhan rasa aman dari Maslow

2. Kebutuhan hubungan (*Relatednes needs*)

Merupakan kebutuhan untuk membagi pikiran perasaan dengan orang lain dan membiarkan mereka menikmati hal-hal yang sama dengan kita. Individu berkeinginan untuk berkomunikasi secara terbuka dengan orang lain yang dianggap penting dalam kehidupan mereka dan mempunyai hubungan yang bermakna dengan keluarga, teman dan rekan kerja.

3. Kebutuhan bertumbuh (*growth needs*)

Merupakan kebutuhan-kebutuhan yang dimiliki seseorang untuk mengembangkan kecakapan mereka secara penuh, selain kebutuhan aktualisasi diri, juga mencakup bagian intrinsik dari kebutuhan Maslow.<sup>38</sup>

**d. Teori Dua faktor (*Two Factors*) dari Frederick Herzberg**

---

<sup>38</sup> Munandar. (2001), *Pesokologi industri dan organisasi*, UI-press: Jakarta hal: 329-330

Pekerja dalam melaksanakan pekerjaannya dipengaruhi oleh dua faktor utama yang merupakan kebutuhan, yaitu :<sup>39</sup>

1. Faktor-faktor pemeliharaan (*maintenance factors*)

Merupakan faktor-faktor pemeliharaan yang berhubungan dengan hakikat pekerja yang ingin memperoleh ketentraman badaniah. Kebutuhan ini akan berlangsung terus menerus, seperti misalnya lapar-kenyang-lapar. Dalam bekerja, kebutuhan ini misalnya gaji, kepastian pekerjaan dan supervisi yang baik.

2. Faktor-faktor motivasi (*Motivation Factors*)

Faktor-faktor ini merupakan faktor-faktor motivasi yang menyangkut kebutuhan psikologis yang berhubungan dengan penghargaan terhadap pribadi yang secara langsung berkaitan dengan pekerjaan, misalnya ruangan yang nyaman, penempatan kerja yang sesuai dan lainnya. Telah dikemukakan oleh Frederick Herzberg sebuah model motivasi yang mempertajam pengertian kita mengenai efektifitas dari motivasi dalam situasi kerja.<sup>40</sup>

Teori Dua Faktor ini disebut juga dengan Konsep Higiene, yang mencakup:

1. Isi Pekerjaan
  - a. Prestasi

---

<sup>39</sup> Umar, Husein (2005), Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi, Jakarta, PT Gramedia, hlm.38

<sup>40</sup> Pandji Anoraga, (1992), Psikologi Kerja, ( Jakarta, Rineka Cipta, 1992) hlm.39

- b. Pengakuan
- c. Pekerjaan itu sendiri
- d. Tanggung jawab
- e. Pengembangan potensi individu

## 2. Faktor Higieneis

- a. Gaji dan Upah
- b. Kondisi kerja
- c. Kebijakan dan administrasi perusahaan
- d. Hubungan antar pribadi
- e. Kualitas supervisi

### c. Faktor-faktor memengaruhi motivasi berprestasi

Menurut McClelland (1994) sebagai berikut:

#### a. Bertanggung jawab

Individu mempunyai perhitungan dan pertimbangan secara matang karena memiliki tanggung jawab terhadap pemecahan masalah yang telah dibuatnya. Tanggung jawab ini ditunjukkan dengan memilih tantangan, resiko yang sedang. Dengan demikian benar-benar melaksanakan suatu pekerjaan tanpa adanya beban karena individu memilih resiko yang sebanding dengan kemampuannya.

#### b. Menimbulkan umpan balik (*Feed back*)

Individu dengan motivasi berprestasi tinggi biasanya menyenangi umpan balik secara riil dan cepat dari apa yang telah

dilakukannya sehingga dengan cepat pula individu akan memutuskan apabila hasil yang dicapai kurang memuaskan untuk beralih pada aktifitas lain jika hasil yang diperoleh telah maksimal.

c. Inovatif

Individu yang memiliki motivasi berprestasi tinggi selalu berupaya mencari informasi baru. Individu kelihatan tidak banyak istirahat dan ingin selalu berubah yang didasari oleh sikap yang berorientasi ke masa depan.

d. Sukses dalam pekerjaan

Individu mempunyai kinerja yang baik dan pantang menyerah hasil dari dorongan motivasi berprestasi. Dengan kata lain motivasi berprestasi menjadi prediktor kesuksesannya dalam bidang yang ditekuninya.

## B. Pandangan Islam tentang Motivasi Berprestasi

### 1. Intisari ayat tentang Motivasi Berprestasi

Pandangan Islam terhadap Motivasi Berprestasi terdapat beberapa unsur, diantaranya terletak pada Qs. Maryam 60, Qs. Sabba' 37, Qs. Al-An'am 48

إِلَّا مَنْ تَابَ وَءَامَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا فَأُولَٰئِكَ يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ وَلَا يُظْلَمُونَ شَيْئًا ﴿٦٠﴾

Qs. Maryam 60. kecuali orang yang *bertaubat*, *beriman* dan *beramal saleh*, Maka mereka itu akan masuk syurga dan tidak dianiaya (dirugikan) sedikitpun,

وَمَا أَمْوَالُكُمْ وَلَا أَوْلَادُكُمْ بِالَّتِي تُقَرِّبُكُمْ عِنْدَنَا زُلْفَىٰ إِلَّا مَنْ ءَامَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا  
فَأُولَٰئِكَ هُمْ جَزَاءُ الضَّعْفِ بِمَا عَمِلُوا وَهُمْ فِي الْغُرُفَاتِ ءَامِنُونَ ﴿٦٠﴾

Qs. Sabba' 37 dan sekali-kali bukanlah harta dan bukan (pula) anak-anak kamu yang mendekatkan kamu kepada Kami sedikitpun; tetapi orang-orang yang *beriman* dan *mengerjakan amal-amal* (saleh, mereka Itulah yang memperoleh Balasan

وَمَا نُرْسِلُ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ ۗ فَمَنْ ءَامَنَ وَأَصْلَحَ فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا  
هُمْ تَحْزَنُونَ ﴿٣٧﴾

Qs. Al-An'am 48 dan tidaklah Kami mengutus Para Rasul itu melainkan untuk memberikan kabar gembira dan memberi peringatan. Barangsiapa yang *beriman* dan *Mengadakan perbaikan*, Maka tak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak pula mereka bersedih hati.

Dari ketiga ayat di atas, bahwa manusia mempunyai kebutuhan, kewajiban dan tujuan, sehingga dapat dikatakan bahwa manusia selalu mendapatkan stimulus atau suatu dorongan dan mendapatkan *reward* atau phanis mendalam setiap prilakunya. Kebutuhan akan prestasi, Kebutuhan akan afiliasi, Kebutuhan akan kekuasaan merupakan suatu dorongan yang dimiliki oleh manusia, dalam pandangan islam motivasi berprestasi dapat dikatakan manusia harus mempunyai iman, taubat, beramal saleh, dan mengadakan perbaikan di muka bumi untuk mendapatkan prestasi di mata Allah sehingga mendapatkan tujuan yaitu rejeki, keselamatan, kenyamanan, keamanan, di dunia sebagai surga dunia dan jaminan mendapatkan surga di akhirat.

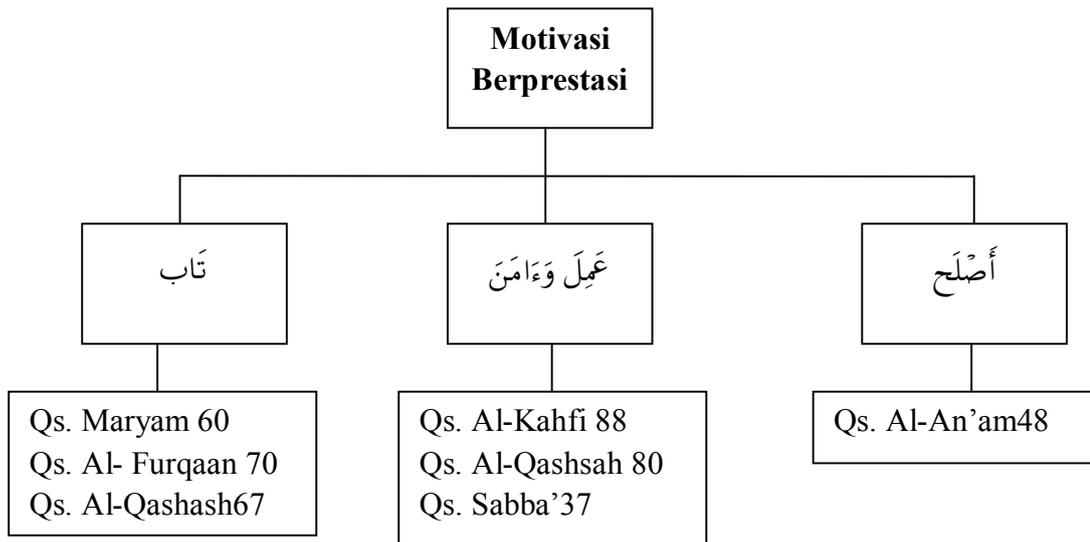
## 2. Tabel ayat tentang Motivasi Berprestasi

Tabel. 2.2 ayat tentang Motivasi Berprestasi

No	Kata Kunci	Ayat Atau Hadist	Arti	Subtansi
1.	تَاب	إِلَّا مَنْ تَابَ وَءَامَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا فَأُولَئِكَ يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ وَلَا يُظْلَمُونَ شَيْئًا ﴿٦٦﴾	60. kecuali orang yang bertaubat, beriman dan beramal saleh, Maka mereka itu akan masuk syurga dan tidak dianiaya (dirugikan) sedikitpun,	Bertaubat
2.	تَاب	إِلَّا مَنْ تَابَ وَءَامَنَ وَعَمِلَ عَمَلًا صَالِحًا فَأُولَئِكَ يُبَدِّلُ اللَّهُ سَيِّئَاتِهِمْ حَسَنَاتٍ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٧٧﴾	70. kecuali orang-orang yang bertaubat, beriman dan mengerjakan amal saleh; Maka itu kejahatan mereka diganti Allah dengan kebajikan. Dan adalah Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.	Bertaubat
3.	تَاب	فَأَمَّا مَنْ تَابَ وَءَامَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا فَعَسَىٰ أَنْ يَكُونَ مِنَ الْمُفْلِحِينَ ﴿٧٧﴾	67. Adapun orang yang bertaubat dan beriman, serta mengerjakan amal yang saleh, semoga Dia Termasuk orang-orang yang beruntung.	Bertaubat
4.	وَأَمَنَ عَمِلَ	وَأَمَّا مَنْ ءَامَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا فَلَهُ جَزَاءٌ أَحْسَنُ ۖ وَسَنَقُولُ لَهُ مِنْ أَمْرِنَا يُسْرًا ﴿٨٨﴾	88. Adapun orang-orang yang beriman dan beramal saleh, Maka baginya pahala yang terbaik sebagai balasan, dan akan Kami titahkan kepadanya (perintah) yang mudah dari perintah-perintah kami”.	Beriman Dan Beramal Saleh
5.	وَأَمَنَ عَمِلَ	وَقَالَ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ وَيَلَكُمْ نَوَابِ اللَّهِ خَيْرٌ لِمَنْ ءَامَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا وَلَا	80. berkatalah orang-orang yang dianugerahi ilmu: “Kecelakaan yang besarlah bagimu, pahala Allah adalah lebih baik bagi orang-orang yang	Beriman Dan Beramal Saleh

		يُلْقِيهَا إِلَّا الصَّابِرُونَ ﴿٣٦﴾	beriman dan beramal saleh, dan tidak diperoleh pahala itu, kecuali oleh orang-orang yang sabar”.	
6.	وَأَمَّنْ عَمِلَ	وَمَا أَمْوَالُكُمْ وَلَا أَوْلَادُكُمْ بِاللَّيِّ تُقَرَّبُكُمْ عِنْدَنَا زُلْفَىٰ إِلَّا مَنْ ءَامَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا فَأُولَٰئِكَ هُمْ جَزَاءُ الْوَعْدِ بِمَا عَمِلُوا وَهُمْ فِي الْغُرُفَاتِ ءَامِنُونَ ﴿٣٧﴾	37. dan sekali-kali bukanlah harta dan bukan (pula) anak-anak kamu yang mendekatkan kamu kepada Kami sedikitpun; tetapi orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal-amal saleh, mereka Itulah yang memperoleh Balasan yang berlipat ganda disebabkan apa yang telah mereka kerjakan; dan mereka aman sentosa di tempat-tempat yang Tinggi (dalam syurga).	Beriman Dan Beramal Saleh
7.	أَصْلَحَ	وَمَا نُرْسِلُ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ ۗ فَمَنْ ءَامَنَ وَأَصْلَحَ فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٣٨﴾	48. dan tidaklah Kami mengutus Para Rasul itu melainkan untuk memberikan kabar gembira dan memberi peringatan. Barangsiapa yang beriman dan Mengadakan perbaikan, Maka tak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak pula mereka bersedih hati.	Melakukan Perbaikan

### 3. Baganisasi



**Gambar 2.3 Bagan Motivasi Berprestasi dalam Islam**

Menurut Mc. Clelland teori motivasi berprestasi ada tiga macam kebutuhan yaitu: *Need for Power (nPow)* manusia mempunyai kebutuhan untuk berkuasa dari manusia lainnya, *Need for Affiliation (nAff)* yaitu kebutuhan akan diterima, dihormati, maju dan tidak gagal, kebutuhan akan ikut serta, *Need for Achievement (nAch)* yaitu kebutuhan untuk berprestasi sebagai pendorong seseorang untuk mengembangkan kreativitas dan mengerahkan semua kemampuan untuk mencapai tujuan.

Pada bagan diatas motivasi berprestasi merupakan suatu dorongan untuk umat manusia untuk melakukan hal-hal atau melakukan pekerjaan yang dianjurkan oleh agama sehingga Allah akan menjamin kehidupan manusia sesuai dengan kebutuhan dalam kehidupan, sehingga manusia diharapkan untuk bekerja, beribadah dan meyakini dengan hal-hal yang

baik agar dapat mencapai tujuan dalam kehidupan sehingga mendapatkan Surga Dunia dan Surga Akhirat, sehingga dalam pandangan islam motivasi berprestasi terdapat empat unsur yaitu: تَابَ bertaubat, اٰمَنَ beriman عَمِلَ beramal saleh اَصْلَحَ melakukan perbaikan.

### C. Hubungan Antara Kreativitas Verbal Dengan Motivasi Berprestasi

Distributor adalah pelaku usaha dalam *Multi Level Marketing* yang dapat dikatakan sebagai wirausahawan. Wirausahawan adalah orang yang menanggung resiko untung rugi dalam mengadakan kontrak pekerjaan <sup>41</sup> Dalam menjalankan usahanya mereka memerlukan waktu untuk bekerja membangun saluran distribusi yang melibatkan emosi, pikiran (kognisi) dan psikomotorik sehingga dalam bekerja itu harus memiliki motivasi berprestasi dan kreativitas verbal yang tinggi karena mereka bekerja untuk diri mereka sendiri untuk mencapai tujuan usaha yang mereka jalankan.

Motif sangat mempengaruhi sikap, perilaku, keinginan, atau tindakan-tindakan sengaja lainnya. Tanpa motivasi orang cenderung tidak terdorong dan tidak tergerak untuk meraih sesuatu yang diinginkannya. Padahal kreatifitas sering menuntut satu rangkaian persiapan, pemikiran, pendefinisian persoalan, dan pemecahannya. Semuanya membutuhkan dalam derajat tertentu usaha dan kerja keras. Bila motivasi rendah, orang cenderung kurang

---

<sup>41</sup> Alam.Buchari, Dr (2006), Kewirausahaan. Bandung. Alfabeta : Bandung hlm 20

menyukai kerja keras, kurang tekun, dan enggan memanfaatkan kemampuan kreatifnya untuk memecahkan tantangan.<sup>42</sup>

Berbagai penelitian membuktikan, sekalipun kreatifitas bisa dirangsang dan ditingkatkan dengan latihan, namun tidak berarti orang cerdas dan berkemampuan akademik tinggi otomatis bisa kreatif. Lagi pula, untuk jadi kreatif ternyata tidak cukup berbekal skill dan kemampuan kreatif belaka.

John G. Young, pengarang buku berjudul *Will and Won't: Autonomy and Creativity Blocks* (2002), berkesimpulan bahwa kreatifitas juga membutuhkan kemauan atau motivasi. Mengapa? "Sebab memiliki ketrampilan, bakat, dan kemampuan kreatif tidak otomatis membuat seseorang melakukan aktivitas yang menghasilkan output kreatif. Ia bisa memilih tidak melakukan aktivitas kreatif. Jadi faktor dorongan atau motivasi sangat penting di sini," tegas Young.<sup>43</sup>

Kreativitas verbal adalah berfikir divergen yaitu kemampuan distributor untuk mengkombinasikan data, unsur, dan info secara fleksibel atau luwes sehingga memunculkan ide-ide baru yang tepat guna dalam berkomunikasi dengan konsumen sehingga konsumen mempunyai rasa ketertarikan atas apa yang dipresentasikan oleh distributor. Jadi dengan kreativitas verbal seorang akan mempunyai rasa percaya diri sehingga dapat menambah keyakinan dan dorongan agar semakin berprestasi.

Motivasi berprestasi adalah suatu dorongan yang ada pada distributor untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan juga sebagai penentu sikap dalam bekerja membangun suatu jaringan.

---

<sup>42</sup> Hendry Risjawan (2005) Mengenal Aral Kreativitas: <http://www.car.co.id/>. Akses: 22 November 2008

<sup>43</sup> Nur AM (2008) Kreativitas Verbal, <http://klinis.wordpress.com/kreativitas-verbal/> Akses: 22 November 2008

Untuk berprestasi seorang distributor harus mempunyai suatu target yang harus dicapai, seperti mencapai suatu peringkat tertentu berarti distributor harus merekrut beberapa konsumen sesuai dengan tanggung jawab yang harus dilakukan yaitu mempresentasikan produk dan peluang bisnis kepada calon konsumen atau calon rekan kerja dimana kreativitas verbal sangatlah dibutuhkan karena dapat meningkatkan kelenturan berkomunikasi terhadap calon konsumen atau rekan kerja. Semakin distributor mempunyai keluesan dalam berkomunikasi sehingga distributor akan termotivasi mencapai suatu target yang telah di tetentukan.

Kebutuhan berprestasi akan mendorong seseorang untuk mengembangkan kreativitas dan mengerahkan semua kemampuan serta energi yang dimiliki demi mencapai prestasi kerja yang optimal.

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kreativitas verbal distributor maka akan semakin tinggi motivasi berprestasi, karena dengan kreativitas verbal, distributor akan memiliki rasa percaya diri sehingga memiliki motivasi berprestasi yang tinggi dan dapat menyelesaikan suatu permasalahan, menemukan ide-ide yang baru serta berinovasi demi untuk mencapai keberhasilan atau tujuan usaha yang diinginkan.

## **F. Hipotesis**

Berdasarkan teori diatas maka dapat diajukan sebuah hipotesis yaitu ada hubungan positif antara kreativitas verbal distributor dengan tingkat

motivasi berprestasi. Jadi semakin tinggi kreativitas verbal semakin tinggi motivasi berprestasi dan sebaliknya semakin rendah kreativitas verbal distributor maka semakin rendah motivasi berprestasi yang dimiliki distributor MLM High Desert.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian adalah rencana dan struktur penyelidikan yang di susun sedemikian rupa sehingga peneliti akan dapat memperoleh jaminan untuk pertanyaan-pertanyaan penelitiannya<sup>44</sup>.

Rancangan ini adalah penelitian non eksperimental yaitu telaah empirik sistematis dimana ilmuan tidak dapat mengontrol secara langsung variabel bebasnya karena manivestsinya telah muncul, atau sifat hakekat variabel itu memang menutup kemungkinan manipulasi. Inferensi tentang relasi antara variabel dibuat, tanpa interferensi langsung berdasarkan variasi yang muncul seiring dalam variabel bebas dan variabel terikatnya<sup>45</sup>.

Dikatakan non eksperimen karena penelitian tidak memanipulasi variabel atau memasukan subyek-subyek maupun perlakuan secara acak.<sup>46</sup>

Dalam penelitian ini variabel bebas (kreativitas verbal) di korelasikan dengan variabel terikat (motivasi berprestasi) selanjutnya dilihat huubungan kreativitas

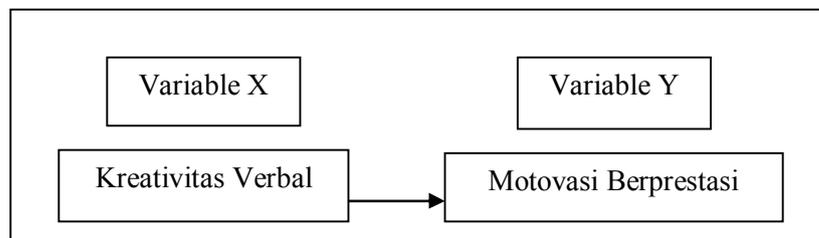
---

<sup>44</sup> Kerlinger.F.N, *Azaz-azaz Penelitian Behavioral*. Yokyakarta, Gajah Mada university press, hml: 483

<sup>45</sup> Ibid. hml: 604

<sup>46</sup> Ibid. hml: 508

verbal dengan motivasi berprestasi. Adapun rancangan penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3.1 Diagram Rancangan Penelitian**

## **B. Jenis Penelitian**

Penelitian dapat di klasifikasikan dari berbagai cara dan sudut pandang di lihat dari pendekatan analisisnya penelitian di bagi menjadi 2 yaitu, penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian pada data numerikal (angka) yang di olah dengan metode statistika. Dengan metode kuantitatif akan di peroleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antara variabel yang di teliti.<sup>47</sup>

## **C. Variabel penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu sifat yang memiliki bermacam-macam nilai atau dapat pula dikatakan sebagai simbol atau lambang yang padanya kita letakkan bilangan atau nilai<sup>48</sup>

### **1. Identifikasi Variabel Penelitian**

- a. Variabel bebas (X) : Kreativitas Verbal
- b. Variabel terikat (Y) : Motivasi Berprestasi

---

<sup>47</sup> Azwar, *Metode penelitian*(2007) Pustaka pelajar. Yogyakarta, hlm:5

<sup>48</sup> Ibid. hml : 49

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan atau suatu ciri-ciri suatu variabel dengan merinci hal yang dikenalkan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut.<sup>49</sup>

- a. Tingkat Kreativitas verbal adalah kemampuan distributor untuk mengkombinasikan data, unsur, dan info secara fleksibel atau luwes sehingga memunculkan ide-ide baru yang tepat guna dalam berkomunikasi dengan konsumen. adapun faktor dari kreativitas verbal adalah Kelancaran berpikir (*fluency of thinking*), Fleksibilitas (keluwesan), Orisinalitas, Elaborasi.
- b. Tingkat motivasi berprestasi adalah dorongan individu yang diwujudkan dalam aktifitasnya dengan orientasi kompetensi standar maksimal untuk mencapai tujuan Sedangkan faktor dari motivasi berprestasi adalah bertanggung jawab, menimbulkan umpan balik, inovatif, sukses dalam pekerjaan.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan sumber penelitian<sup>50</sup>. Sebagai populasi kelompok subyek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik yang dapat membedakannya dari kelompok lain<sup>51</sup>. Populasi dalam penelitian ini adalah

---

<sup>49</sup> Ibid. hml: 51

<sup>50</sup> Arikunto, ,(2002) *Prosedur penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta,hlm 108

<sup>51</sup> Azwar. *Metode Penelitian* (2007) Pustaka pelajar: Yogyakarta hlm:77

seluruh distributor aktif di kota Malang yang berjumlah 120 orang yang terbagi 14 jaringan, setiap jaringan terdiri dari 8-10 orang distributor aktif.

**Tabel 3 Pembagian jaringan populasi distributor aktif MLM High Desert**

<b>Jaringan</b>	<b>Jumlah Distributor</b>
1	8
2	10
3	9
4	8
5	8
6	8
7	10
8	8
9	8
10	8
11	9
12	9
13	10
14	8
<b>Total</b>	<b>120</b>

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi. dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil dari penelitian. Yang di maksud dengan menggeneralisasi adalah mengangkat kesimpulan peneliti sebagai suatu yang berlaku sebagai populasi.<sup>52</sup> Menurut Arikunto apabila subyek kurang dari 100, lebih baik di ambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian pupulasi. Selanjutnya jika jumlah subjek nya besar dapat di ambil antara 10-15% atau 20-25% atau tergantung kemampuan dari peneliti dilihat dari waktu,

---

<sup>52</sup> Arikunto, ,(2002) *Prosedur penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta,hlm 110

tenaga dan dana. Sampel yang di gunakan peneliti yaitu 25% dari total 120 distributor aktif yakni 30 yang terdiri dari 8-10 distributor setiap jaringan, jadi setiap jaringan akan di ambil 2-3 distributor aktif. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposif sampling yaitu teknik pengambilan sampel didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat atau karakter tertentu<sup>53</sup> ciri-ciri yang dikehendaki adalah

1. Domisili : Malang
2. Masa Bergabung lebih dari 4 bulan di karenakan seorang distributor sudah mengetahui produk-pruduk yang akan meraka promosikan.
3. Mempunyai minimal mempunyai 3 rekan kerja dikarenakan distributor sudah mendapatkan pengalaman untuk merekrut, menjual produk dan mengelola jaringan.

**Tabel 4 Pembagian sampel Distributor aktif High Desert**

<b>Jaringan</b>	<b>Jumlah Distributor</b>	<b>Jumlah Sampel</b>
1	8	2
2	10	3
3	9	2
4	8	2
5	8	2
6	8	2
7	10	3
8	8	2
9	8	2
10	8	2
11	9	2
12	9	2

---

<sup>53</sup> Ibid hlm. 115-117

13	10	3
14	8	1
total	120	30

## E. Data dan Metode Pengumpulan Data

### 1. Jenis data

Data adalah hasil pencatatan peneliti baik yang berupa fakta atau angka.<sup>54</sup> dari sumber SK Mentri P dan K No. 0259/u/1977 tanggal 11 juli 1977.

”Di sebutkan bahwa data adalah segala fakta dan angka yang dapat di jadikan bahan untuk menyusun suatu informasi sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang di pakai untuk suatu keperluan.

Dalam penelitian ini data yang akan di peroleh nantinya, tergolong pada jenis data:

#### a. Data Kreativitas Verbal

Data yang di peroleh dari variabel kreativitas verbal merupakan data kontinum yaitu berupa tingkatan angka, berjarak atau ukuran atau *data interval*, yaitu data yang mempunyai ruas atau interval, jarak yang berdekatan, dan rentang yang ada harus sama<sup>55</sup>

Data ini di peroleh dari alat tes kreativitas verbal yang di berikan kepada distributor aktif High Desert.

#### b. Data Motivasi Berprestasi

Data yang di peroleh dari variabel Motivasi Berprestasi merupakan data kontinum yaitu berupa tingkatan angka, berjarak atau

---

<sup>54</sup> Arikunto, ,(2002) *Prosedur penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta hlm: 96

<sup>55</sup> Ibid.hlm: 96

ukuran, atau *data interval*, yaitu data yang mempunyai ruas atau interval, jarak yang berdekatan, dan rentang yang ada harus sama<sup>56</sup>

Data ini di peroleh dari alat tes EPPS yang diberikan kepada distributor aktif High Desert.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data, cara menunjuk pada sesuatu yang abstrak tidak dapat diwujudkan dalam benda yang kasat mata tetapi hanya dapat dipertontonkan penggunaannya.<sup>57</sup>

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan:

### 1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam<sup>58</sup>

Wawancara yang dilakukan peneliti, adalah wawancara tidak berstruktur, yaitu pewawancara tidak menggunakan daftar pertanyaan atau daftar isian sebagai penuntun selama dalam proses wawancara<sup>59</sup>.

Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk mengetahui:

- 1) Jumlah distributor dari beberapa jaringan.

---

<sup>56</sup> Ibid.

<sup>57</sup> Arikunto, *Manajemen penelitian*,(2005) Jakarta: pt adi mahasatya, hlm: 100

<sup>58</sup> Arikunto, *Manajemen penelitian*,(2005) Jakarta: pt adi mahasatya, hlm:201

<sup>59</sup> Ibid, hlm:202

2) Ciri-ciri distributor yang memiliki kriteria sebagai sampel.

## 2. Alat Tes Psikologi berupa Inventori Tes.

Data primer yaitu data yang diperoleh dari prosedur dan teknik pengambilan data yang dapat berupa instrumen pengukuran atau alat tes. Beberapa alat tes yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- b) **Tes Kreativitas Verbal** yang terdiri dari 6 subtes.
- c) **Tes EPPS** yang terdiri dari 225 yang masing-masing terdiri dari 2 pernyataan (A dan B).

## F. Instrument Penelitian

Instrument pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya, ada beberapa jenis instrument penelitian seperti angket (*Questionair*), Daftar cocok (*Checklist*) atau Pedoman wawancara (*Intervieu guide*), Lembar pengamatan (*Ovservation sheet*), Tes (*Test*), Inventori (*Inventory*), Skala (*Scala*).<sup>60</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala psikologi dengan variabel kepribadian (*afektif*) yaitu, tes kreativitas verbal aspek yang diukur adalah

### 1. Tes Kreatifitas Verbal

- a. **Permulaan Kata** pada subtes ini subyek harus memikirkan sebanyak mungkin kata yang diawali dengan susunan huruf tertentu yang di berikan. Subtes ini mengukur kelancaran kata yaitu kemampuan untuk menemukan kata-kata yang memenuhi persyaratan struktural.

---

<sup>60</sup> Ibid. hlm: 101

- b. **Penyusunan Kata** pada subtes ini subyek harus menyusun sebanyak mungkin kata dengan menggunakan huruf-huruf dari sebuah kata yang diberikan.
- c. **Membentuk kalimat 3 kata** pada subtes ini subyek harus menyusun sebanyak mungkin kata dengan menggunakan huruf-huruf dari sebuah kata yang di berikan.
- d. **Sifat-sifat yang sama** pada subtes ini subyaek harus menemukan sebanyak mungkin obyek-obyek yang semuanya memiliki 2 sifat yang di tentukan
- e. **Macam-macam penggunaan** pada subtes ini subyek harus memikirkan sebanyak mungkin penggunaan sebuah benda sehari-hari yang telah ditentukan akan tetapi penggunaan-penggunaan tersebut haruslah merupakan penggunaan yang tidak lazim (tidak biasa)
- f. **Apa akibatnya** pada subtes ini subyek harus memikirkan segala sesuatu yang mungkin terjadi sebagai akibat dari suatu kejadian hipotesis yang telah ditentukan. Kejadian atau peristiwa tersebut sebetulnya tidak mungkin terjadi di Indonesia akan tetapi dalam hal ini subyek harus mengadakan hal itu terjadi di sini dan apa saja akibatnya. Subtes ini menuntut suyek untuk menggunakan daya imajenasinya dan dapat menguraikan gagasan-gagasannya.

## 2. Skoring alat tes kreativitas verbal

- a. **Permulaan Kata** setiap kata mendapat skor 1 jika memenuhi syarat yaitu kata tersebut mulai dengan susunan huruf yang di tentukan.

- b. **Penyusunan Kata** dalam subtes ini keseluruhan kata harus benar ejaanya, karena kata tersebut harus dibentuk dari huruf-huruf dan kata yang telah ditentukan.
- c. **Membentuk kalimat 3 kata** setiap kalimat yang terbentuk dari kata dari huruf yang ditentukan mendapatkan skor meski tidak sesuai urutan hurufnya.
- d. **Sifat-sifat yang sama**
  - a. Bulat dan keras dalam hal ini suatu bentuk yang mempunyai volume dan tidak mudah berubah bentuk
  - b. Putih dan dapat di makan dalam hal ini berupa makanan atau minuman yang mempunyai warna putih
  - c. Panjang dan tajam yaitu suatu bentuk panjang yang dapat melukai
  - d. Panas dan berguna yaitu adalah semua benda yang kegunaanya adalah akibat dari kepanasannya atau kehangatannya. benda atau zat yang mempunyai efek panas walaupun suhu benda atau zat tersebut tidak harus tinggi
- e. **Macam-macam penggunaan** karena subtes ini digunakan untuk mengukur fleksibilitas maka penggunaan tersebut tidak harus utuh.
- f. **Apa akibatnya** subtes ini menghasilkan suatu skor yang merupakan gabungan dari kelancaran dalam memberikan gagasan.<sup>61</sup>

### 3. Tes EPPS

---

<sup>61</sup> Petunjuk praktis tes kreativitas Verbal, lembaga pengembangan sarana pengukuran pendidikan psikologi, fakultas psikologi UI.1997

Subyek dianjurkan memilih satu di antara 2 pernyataan tersebut yang sesuai dengan dirinya untuk masing-masing aitem dan bukan memilih yang dianggap umum atau wajar oleh masyarakat. Jumlah item tersebut berasal dari masing-masing need yang dibuat sebanyak 9 pernyataan yang kemudian di pasanyakan dari variabel (*Need*) yang satu dengan pernyataan dari need yang lain sehingga di peroleh 210 pasang pernyataan lagi sebagai pengulangan. Untuk melihat konsistensi jawaban-jawaban subyek ditambahkan 15 pasang pernyataan lagi sebagai pengulangan dari pasangan-pasangan yang telah ada.

#### **4. Cara pemberian sekor**

- a. Buatlah garis merah dari nomor 1 sampai 25, 101 sampai dengan nomor 125, 201 sampai dengan nomor 225 nomor-nomor ini tidak akan dihitung untuk mendapatkan skor kepribadian akan tetapi untuk melihat konsistensi.
- b. Buatlah garis lurus dengan warna biru dari nomor 26 sampai 50, 51 sampai dengan 75, 151 sampau dengan nomor 175 nomor-nomor ini tidak akan dihitung untuk mendapatkan skor kepribadian akan tetapi untuk melihat konsistensi.
- c. Dihitung jumlah huruf A yang dilingkari pada baris pertama dan seterusnya (dari kiri ke kanan) jumlah yang di peroleh ditulis di bawah kolom *r*.

d. Di hitung jumlah huruf B yang di lingkari pada baris pertama dan seterusnya (dari atas ke bawah) jumlah yang di peroleh di tulis di bawah kolom c <sup>62</sup>

## **G. Validitas dan Reliabilitas**

### **1. Validitas dan Reliabilitas Tes Kreativitas Verbal**

Suatu syarat yang efektif adalah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, dalam tes kreativitas verbal ini validitas dan reliabilitasnya telah diuji Utami Munandar pada tahun 1986. Telah dilakukan penelitian terstandarisasi oleh fakultas psikologi Universitas Indonesia yang menghasilkan nilai baku untuk umur 10-18 tahun koefisien validitasnya tes kreativitas verbal ini bergerak antara 1,31 sampai 1,51 untuk siswa SMP 0,35 sampai 0,54 dan untuk siswa SD, sedangkan koefisien reliabilitasnya diperoleh dengan teknik belah dua dan teknik ulang, untuk teknik belah dua menghasilkan 0,90 untuk SD dan SMP, sedangkan teknik ulang menghasilkan reliabilitas berkisar antara 0,68 sampai 0,86 untuk siswa SMP. Penelitian awal dilakukan terhadap mahasiswa akademik kepolisian oleh Supriadi dan diperoleh validitas antara 0,576 sampai 0,84 dan reliabilitas antara 0,573 sampai 0,874. dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para ahli menunjukkan nilai validitas dan reliabilitas tes

---

<sup>62</sup> Informasi tes. Lembaga pengembangan kualitas manusia (LPKM) fakultas psikologi Universitas Gajah Mada 2004 edisi ke 2

kegiatan verbal yang cukup tinggi yang dapat dijadikan sebagai alat tes untuk mengetahui tingkat kreativitas.<sup>63</sup>

## 2. Validitas dan Reliabilitas Tes EPPS (*Edwards Personal Preference Schedule*)

Suatu syarat sebuah alat tes yang efektif adalah reliabilitas dan validitas. Dalam tes EPPS telah di uji oleh Semodarsono (1962) didapatkan angka reliabilitas berkisar 0,40 sampai 0,70 dan dari penelitian dan dari penelitian Nethanael Rachmat (1975) didapatkan angka reliabilitas berkisar 0,40 sampai 0,79 juga tentang logika validity disimpulkan cukup baik.

Adisubroto (1980) dalam penelitiannya menggunakan teknik *split-half* mendapatkan angka korelasi antara 0,29 sampai 0,77, sedangkan untuk *internal consistensi* yaitu korelasi antara item dengan *total score* masing-masing Variabel (*need*) didapatkan angka korelasi antara 0,20 sampai 0,84.

Untuk eksternal validiti korelasi antara kombinasi dari beberapa need EPPS dengan masing-masing Variabel dari tes *Survey interpersonal Value* didapatkan angka korelasi antara 0,43 sampai 0,96.<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> Petunjuk praktis tes kreativitas Verbal, lembaga pengembangan sarana pengukuran pendidikan psikologi, fakultas psikologi UI.1997

<sup>64</sup> Informasi tes. Lembaga pengembangan kualitas manusia (LPKM) fakultas psikologi Universitas Gajah Mada 2004 edisi ke 2

## H. Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kreatifitas verbal maka dalam perhitungannya menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mengubah skor mentah menjadi skor skala mulai dari subtes 1 sampai dengan subtes 6.
- b. Menjumlah seluruh skor skala subtes
- c. Mengubah skor skala subtes menjadi konvensi skor total ke dalam skor skala dan CQ
- d. Membagi skor skala masing-masing subtes untuk menentukan norma tinggi, sedang dan rendah tingkat kreativitas Verbal.

Kategori Tinggi skor skala dimulai dari 15 sampai dengan 20

Kategori Sedang skor skala dimulai dari 8 sampai dengan 14

Kategori Rendah skor skala dimulai dari 1 sampai dengan 7

2. Untuk mengetahui tingkat motivasi berprestasi distributor, maka rumus dan langkah-langkah yang digunakan adalah :

- a. Mencari Mean, rata-rata dari nilai keseluruhan. Mean adalah jumlah seluruh angka dibagi banyaknya angka yang dijumlahkan.

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

- b. Mencari variabilitas dengan Deviasi rata-rata, Varians dan deviasi Standar

1. Deviasi rata-rata :  $\frac{\sum f(X - M)}{N}$

$$2. \text{ Varians} \quad : S^2 = \frac{\sum f(X - M)^2}{N - 1}$$

$$3. \text{ Deviasi Standar} \quad : S = \sqrt{\frac{\sum f(X - M)^2}{N - 1}}$$

3. Untuk mengetahui korelasi antara dua variable, maka digunakan rumus korelasi product moment. Penggunaan rumus ini karena penelitian ini mengandung dua variabel dan fungsinya untuk mencari hubungan diantara keduanya. Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

N = jumlah responden

x = variabel yang diperoleh tentang kreativitas verbal

y = variabel yang berisi tentang motivasi berprestasi

$r_{xy}$  = korelasi product moment

Jika teknik analisis data ini tidak sesuai dengan data penelitian maka pengolahan data akan menggunakan bantuan komputer program *SPSS 13.0 for Windows*.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya PT High Desert**

High Desert atau di Indonesia lebih dikenalkan dengan PT Harmoni Dinamik berasal dari sebuah gurun Phoenix, Arizona USA yang didirikan oleh pakar perlebahan Royden Brown pada tahun 1978 dan berkembang di Asia mulai tahun 1986, yang mulai dari Singapura, Philipina, Malaysia, Hongkong dan masuk Indonesia yaitu di Jakarta pada tahun 1993, dan berkembang pesat di Surabaya yang berawal dari THR Mall Surabaya dan saat itu High Desert belum memiliki suport sistem. Mengingat jumlah distributor High Desert semakin banyak maka kantor berpindah ke jalan Ngagel Madya no 15 dan lima tahun kemudian akhirnya kantor High Desert di jalan Ngagel Madya no 17 resmi beroperasi dan masuk di Kota Malang pada tahun 1997, berawal dari seorang ibu rumah tangga yang menyediakan ruang tamu dan garasi sebuah mobil untuk digunakan sebagai toko dan tempat traning, mengingat semakin bertambahnya jumlah distributor pada tahun 2003 maka kantor High Desert berpindah. Stokis pertama di Malang bertempat di Jalan Kunir No 21 dan pada Januari 2007 Stokis berpindah di Jalan Guntur no. 27 Malang hingga saat ini. Perkembangan distributor merupakan salah satu bentuk keberhasilan dari

bisnis ini, pada tahun 2004 jumlah distributor berjumlah 262.072 dan pada saat ini jumlah distributor meningkat menjadi 700.000 distributor, seiring dengan penemuan-penemuan yang dilakukan oleh CC.Polen.COM sehingga dapat membuktikan perkembangan bisnis High Desert dalam waktu singkat menempatkan dirinya menjadi bisnis yang berorientasi untuk menolong sesama. Saat ini, bisnis High Desert kian berkembang dengan kurang lebih berjumlah 100 stokis/depo yang tersebar di seluruh Indonesia dan melayani ratusan ribu distributor.

## **2. Jenjang Peringkat Multi Level Marketing High Desert**

### **a. Distributor**

persyaratan : mengisi aplikasi dan membayar registrasi dan mendapat sebuah distributor kit

Keuntungan :

Seseorang distributor yang mencapai minimal 100 Personal Bussines Poin (PBP) dalam 1 bulan akan menikmati Override bonus atas PBP masing-masing downline- nya (sampai dengan 300 PBP) sebesar:

- 5 % dari PBP downline 1 dan 2
- 1 % dari Downline tingkat 3,4 dan 5

### **b. Distributor Supervisor**

Persyaratan mencapai 150 PBP yang mempunyai 3 down line dari jalur yang berbeda yang masing-masing mencapai 100 PBP dalam bulan yang sama.

## Keuntungan

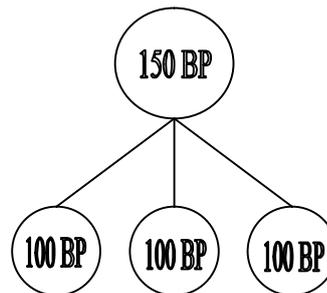
### 1. Override Bonus

Seorang distributor supervisor akan menikmati Override bonus atas PBP masing-masing downline-nya (sampai 300 PBP) sebesar:

- a. 5 % dari PBP downline 1,2,3 dan 4
- b. 1 % dari Downline tingkat 5,6 dan 7

### 2. Infiniti Group Performance Bonus

- a. Seorang distributor Supervisor akan menikmati infiniti Group Performance Bonus Sebesar: 10 % dari Group BP-nya ( terdiri dari PBP pribadi dan seluruh Downline) atar kelebihan dari 300 PBP, di kurangi dengan performance Bonus Downline-nya



Gambar 4.1. Peringkat Supervisor

### c. Assistant distributor Manager (ADM)

Persyaratan mencapai 250 PBP dan mempunyai 3 Downline dari jalur yang berbeda yang masing-masing mencapai 150 PBP dalam bulan yang sama

Keuntungan :

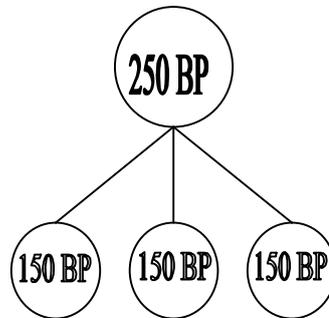
1. Override Bonus

Seorang distributor supervisor akan menikmati Override bonus atas PBP masing-masing downline-nya (sampai 300 PBP) sebesar:

- a. 5 % dari PBP downline 1 sampai 6
- b. 1 % dari Downline tingkat 7 dan 8

2. Infiniti Group Performance Bonus

Seorang Assistant Distributor Manager akan menikmati infiniti Group Performance Bonus Sebesar: 15 % dari Group BP-nya ( terdiri dari PBP pribadi dan seluruh Downline) atar kelebihan dari 300 PBP, di kurangi dengan performance Bonus Downline-nya



**Gambar 4.2. Peringkat Assistant Distributor Manager**

**d. Distributor Manager (DM)**

Persyaratan mencapai 300 PBP dan mempunyai 3 Downline dari jalur yang berbeda yang masing-masing mencapai 250 PBP dalam bulan yang sama

Keuntungan :

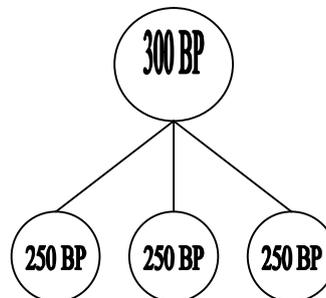
1. Override Bonus

Seorang Distributor Manager akan menikmati Override bonus atas PBP masing-masing downline-nya (sampai 300 PBP) sebesar:

- a. 5 % dari PBP downline 1 sampai dengan 7
- b. 4 % dari Downline tingkat 8.

2. Infiniti Group Peformance Bonus

Seorang Assistant Distributor Manager akan menikmati infiniti Group Peformance Bonus Sebesar: 20 % dari Group BP-nya ( terdiri dari PBP pribadi dan seluruh Downline) atar kelebihan dari 300 PBP, di kurangi dengan peformance Bonus Downline-nya



Gambar 4.3. Peringkat Distributor Manager (DM)

e. **Distributor Director**

Persyaratan mencapai 300 PBP dan mempunyai 5 Distributor Manager(DM) dari jalur yang berbeda dalam bulan yang sama.

Keuntungan :

1. Override Bonus

Seorang Distributor Director akan menikmati Override bonus atas PBP masing-masing downline-nya (sampai 300 PBP) sebesar:

- a. 5 % dari PBP downline 1 sampai dengan 7
- b. 5% dari PBP Downline tingkat 8 sampai dengan downline director berikutnya( apabila tidak ada downline director berikutnya tingkat ! sampai dengan 8)

## 2. Infiniti Override Bonus

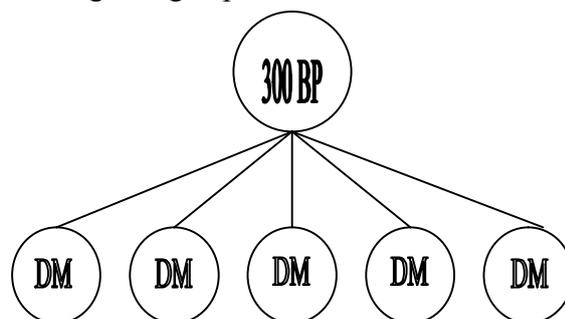
Seorang distributor director akan menikmati infiniti Override Bonus (tidak Terbatas) atas PBP downline tingkat 8 dan seterusnya (sampai dengan 300 PBP) Bonus Sebesar: 5 % (apabila tidak ada Distributor Director di tingkat manapun)

## 3. Director's group override Bonus

Seorang distributor Director akan menikmati Director's group Override Bonus(sampai dengan 300 PBP) sebesar: 2% dari seluruh group BP downline Director Tingkat 1 dan 2

## 4. Infiniti Group Performance Bonus

Seorang Assistant Distributor Manager akan menikmati infiniti Group Performance Bonus Sebesar: 25 % dari Group BP-nya ( terdiri dari PBP pribadi dan seluruh Downline) atar kelebihan dari 300 PBP, di kurangi dengan performance Bonus Downline-nya



Gambar 4.4. Peringkat Distributor Director

#### **f. Silver Director**

Persyaratan mencapai 300 PBP dan mempunyai 6 distributor Manager dari jalur yang berbeda dalam bulan yang sama.

Keuntungan :

##### 1. Override Bonus

Seorang Distributor Director akan menikmati Override bonus atas PBP masing-masing downline-nya (sampai 300 PBP) sebesar:

- a. 5 % dari PBP downline 1 sampai dengan 7
- b. 5 % + 1% dari PBP Downline tingkat 8
- c. 5 % dari PBP downline setelah tingkat 8 sampai dengan downline director di tingkat 1 sampai dengan downline Director ditingkat berikutnya( apabila tidak ada downline director berikutnya tingkat 1 sampai dengan 8)
- d. 1 % dari PBP downline setelah tingkat 8 sampai dengan downline silver director atau lebih tinggi berikutnya (apabila tidak ada downline silver director atau lebih tinggi di tingkat 1 sampai dengan 8).

##### 2. Infiniti Override Bonus

Seorang distributor director akan menikmati infiniti Override Bonus (tidak Terbatas) atas PBP downline tingkat 8 dan seterusnya (sampai dengan 300 PBP) Bonus Sebesar:

- a. 5 % (apabila tidak ada downline Director di tingkat manapun)

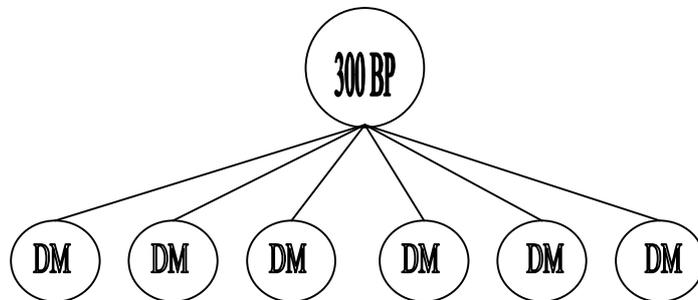
b. 1 % (apabila tidak ada downline silver director di tingkat manapin)

### 3. Director's group override Bonus

Seorang distributor Director akan menikmati Director's group Override Bonus(sampai dengan 300 PBP) sebesar: 2% dari seluruh group BP downline Director Tingkat 1,2 dan 3

### 4. Infiniti Group Performance Bonus

Seorang Assistant Distributor Manager akan menikmati infiniti Group Performance Bonus Sebesar: 25 % dari Group BP-nya ( terdiri dari PBP pribadi dan seluruh Downline) atar kelebihan dari 300 PBP, di kurangi dengan performance Bonus Downline-nya



Gambar 4.5. Peringkat Silver Director

### g. Gold Director

Persyaratan mencapai 300 PBP dan mempunyai 7 distributor Manager dari jalur yang berbeda dalam bulan yang sama.

Keuntungan :

#### 1. Override Bonus

Seorang Gold Director akan menikmati Override bonus atas PBP masing-masing downline-nya (sampai 300 PBP) sebesar:

- a. 5 % dari PBP downline 1 sampai dengan 7
- b. 5 % + 1% + 1 % dari PBP Downline tingkat 8
- c. 5 % dari PBP downline setelah tingkat 8 sampai dengan downline director di tingkat 1 sampai dengan downline Director ditingkat berikutnya( apabila tidak ada downline director berikutnya tingkat 1 sampai dengan 8)
- d. 1 % + 1 % dari PBP downline setelah tingkat 8 sampai dengan downline Gold Director atau lebih tinggi berikutnya (apabila tidak ada downline Gold Director atau lebih tinggi di tingkat 1 sampai dengan 8). Di kurangi Infiniti Override Bonus downline silver director apabila ada

## 2. Infiniti Override Bonus

Seorang Gold Director akan menikmati infiniti Override Bonus (tidak Terbatas) atas PBP downline tingkat 8 dan seterusnya (sampai dengan 300 PBP) Sebesar:

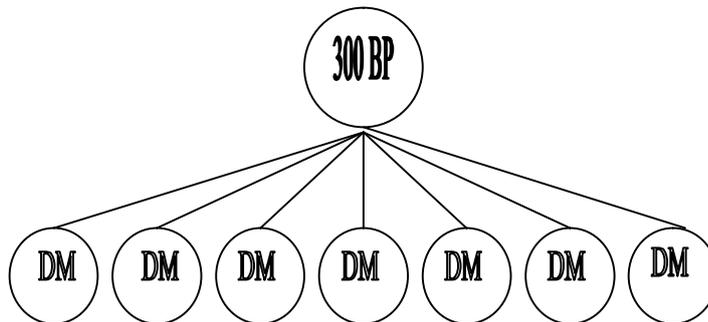
- a. 5 % (apabila tidak ada downline Director di tingkat manapun)
- b. 1 %+1% (apabila tidak ada downline gold director di tingkat manapun) di kurangi infiniti Override downline silver director apabila ada.

## 3. Director's group override Bonus

Seorang distributor Director akan menikmati Director's group Override Bonus(sampai dengan 300 PBP) sebesar: 2% dari seluruh group BP downline Director Tingkat 1,2,3 dan 4

#### 4. Infiniti Group Performance Bonus

Seorang Gold Director akan menikmati infinity Group Performance Bonus sebesar: 25 % dari Group BP-nya (terdiri dari PBP pribadi dan seluruh Downline) atau kelebihan dari 300 PBP, dikurangi dengan performance Bonus Downline-nya



Gambar 4.6. Peringkat Gold Director

#### h. Diamond Director

Persyaratan mencapai 300 PBP dan mempunyai 8 distributor Manager dari jalur yang berbeda dalam bulan yang sama.

Persyaratan mencapai 300 PBP dan mempunyai 7 distributor Manager dari jalur yang berbeda dalam bulan yang sama.

Keuntungan :

##### 1. Override Bonus

Seorang Gold Director akan menikmati Override bonus atas PBP masing-masing downline-nya (sampai 300 PBP) sebesar:

- a. 5 % dari PBP downline 1 sampai dengan 7
- b. 5 % + 1% + 1 % + 1% dari PBP Downline tingkat 8
- c. 5 % dari PBP downline setelah tingkat 8 sampai dengan downline Director di tingkat 1 sampai dengan downline

Director ditingkat berikutnya( apabila tidak ada downline Director berikutnya tingkat 1 sampai dengan 8)

- d.  $1\% + 1\% + 1\%$  dari PBP downline setelah tingkat 8 sampai dengan downline Diamon Director berikutnya (apabila tidak ada downline Damon Director atau lebih tinggi di tingkat 1 sampai dengan 8). Di kurangi Infiniti Override Bonus downline silver director apabila ada

## 2. Infiniti Override Bonus

Seorang Diamon Director akan menikmati infiniti Override Bonus (tidak Terbatas) atas PBP downline tingkat 8 dan seterusnya (sampai dengan 300 PBP) Sebesar:

- a.  $5\%$  (apabila tidak ada downline Director di tingkat manapun)
- b.  $1\% + 1\% + 1\%$  (apabila tidak ada downline gold director di tingkat manapun) di kurangi infiniti Override downline silver Director atau Gold Director apabila ada.

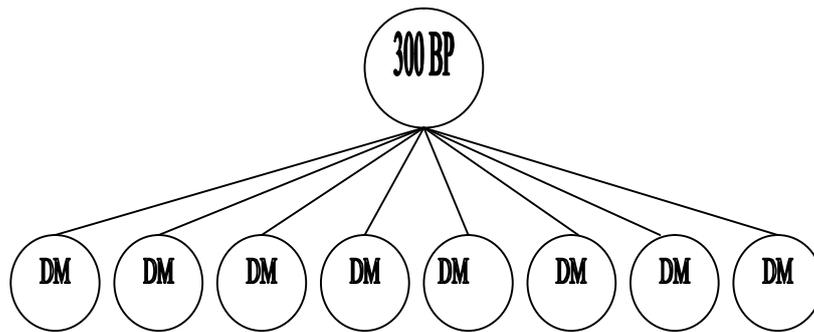
## 3. Director's group override Bonus

Seorang distributor Director akan menikmati Director's group Override Bonus(sampai dengan 300 PBP) sebesar:  $2\%$  dari seluruh group BP downline Director Tingkat 1,2,3,4 dan 5.

## 4. Infiniti Group Performance Bonus

Seorang Diamond Director akan menikmati infinity Group Performance Bonus Sebesar:  $25\%$  dari Group BP-nya ( terdiri dari

PBP pribadi dan seluruh Downline) atau lebih dari 300 PBP, di kurangi dengan performance Bonus Downline-nya



Gambar 4.7. Peringkat Diamon Director

**i. Double Diamond**

Terkualifikasi sebagai Diamond Director dan mempunyai 2 Downline Diamond Director dari jalur yang berbeda, dalam bulan yang sama.

Keuntungan :

Akan menikmati bonus dengan perhitungan yang sama dengan bonus seorang Diamond Director ditambah dengan keuntungan Royalti

**j. Executive Diamond**

Terkualifikasi sebagai Diamond Director dan mempunyai 4 Downline Diamond Director dari jalur yang berbeda, dalam bulan yang sama.

Keuntungan :

Akan menikmati bonus dengan perhitungan yang sama dengan bonus seorang Diamond Director ditambah dengan keuntungan Royalti

**k. Crown Diamond**

Terkualifikasi sebagai Diamond Director dan mempunyai 6 Downline Diamond Director dari jalur yang berbeda, dalam bulan yang sama.

Keuntungan :

Akan menikmati bonus dengan perhitungan yang sama dengan bonus seorang Diamond Director di tambah dengan keuntunagan Royalti

**l. Executiv Crown**

Terkualifikasi sebagai Diamond Director dan mempunyai 8 Downline Diamon Director dari jalur yang berbeda, dalam bulan yang sama.

Keuntungan :

Akan menikmati bonus dengan perhitungan yang sama dengan bonus seorang Diamond Director di tambah dengan keuntunagan Royalti

**m. Star Crown**

Terkualifikasi sebagai Diamond Director dan mempunyai 12 Downline Diamon Director dari jalur yang berbeda, dalam bulan yang sama.

Keuntungan :

Akan menikmati bonus dengan perhitungan yang sama dengan bonus seorang Diamond Director di tambah dengan keuntunagan Royalti

**n. Grand Crown**

Terkualifikasi sebagai Diamond Director dan mempunyai 16 Downline Diamon Director dari jalur yang berbeda, dalam bulan yang sama.

Keuntungan :

Akan menikmati bonus dengan perhitungan yang sama dengan bonus seorang Diamond Director di tambah dengan keuntunagan Royalti

**o. Royal Crown**

Terkualifikasi sebagai Diamond Director dan mempunyai 16 Downline Diamond Director dari jalur yang berbeda, dalam bulan yang sama.

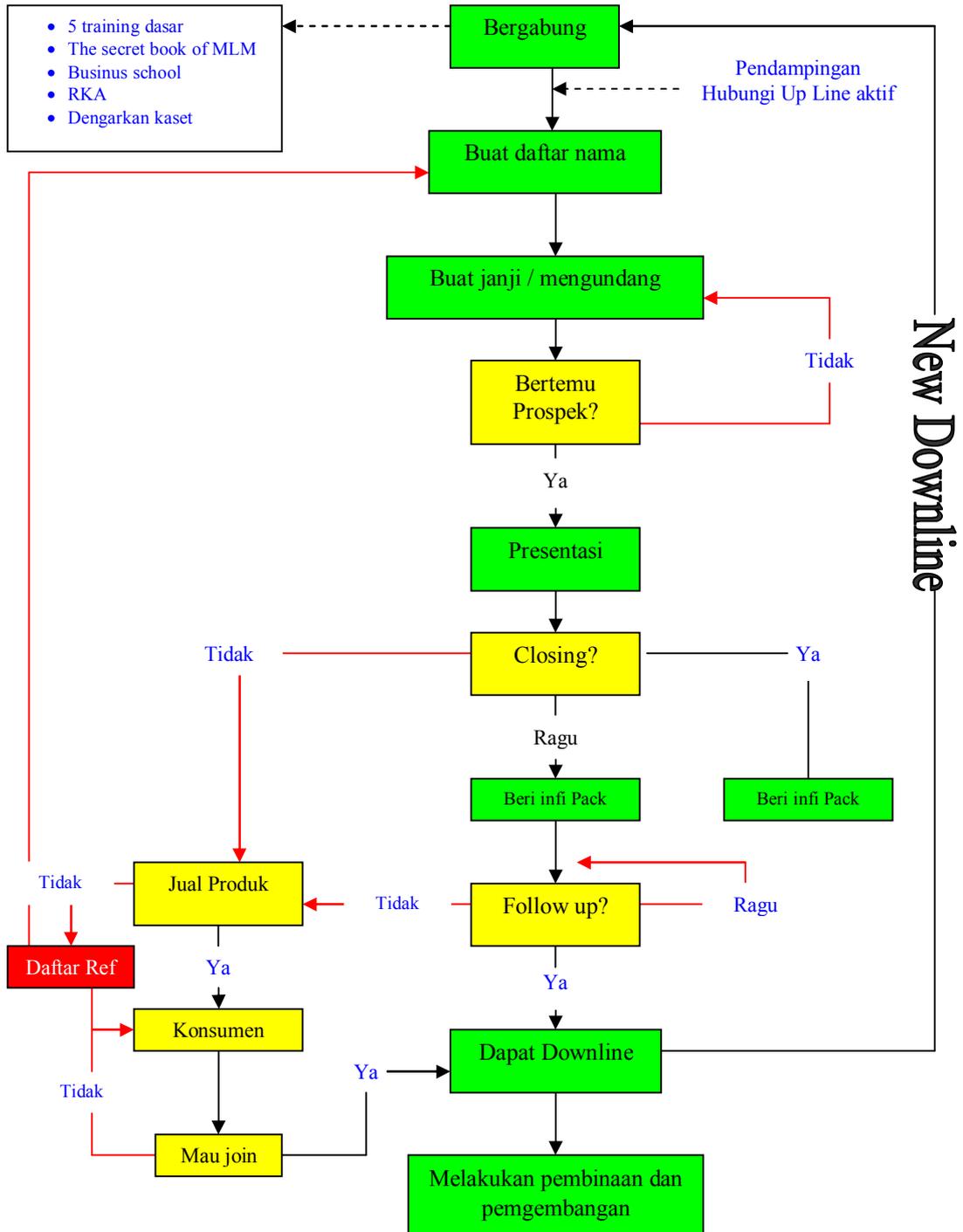
Keuntungan :

Akan menikmati bonus dengan perhitungan yang sama dengan bonus seorang Diamond Director di tambah dengan keuntunagan Royalti.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Easi Plan (Easy access to superb income)

### 3. Gambaran Umum Tentang Aktifitas Distributor



Gambar. 4.8. Aktifitas Distributor<sup>55</sup>

#### 4. Letak Geografis Tempat Penelitian

**Ketinggian** : 399 - 662,5 m. dpl.

**Koordinat** : 112,34'09" - 11,41'34" BT

7,54'52", 22 - 8,03'05", 11 LS

**Kelembaban** : Sejuk, Kering; 72 %

**Suhu** : 23 - 25 Derajat Celcius

**Curah Hujan** : 1.833 mm per tahun

#### **Batas Wilayah**

Utara : Kabupaten Pasuruan

Timur : Kabupaten Lumajang

Selatan : Kabupaten Malang

Barat : Kota Batu

#### 5. Alamat Perusahaan

**HD MALANG**

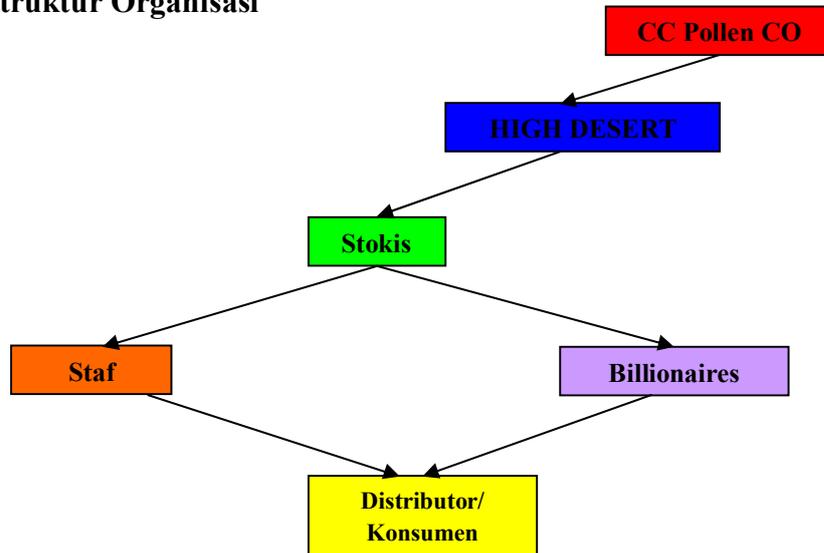
JL. Guntur no.27 MALANG

MALANG, JAWA TIMUR

Telp. 0341-325315

[www.hdindonesia.com](http://www.hdindonesia.com)

## 6. Struktur Organisasi

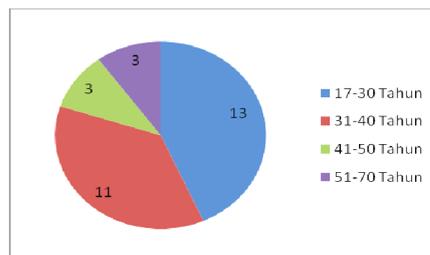


Gambar. 4.9. Struktur Organisasi PT Harmoni Dinamik<sup>56</sup>

### B. Demografi Responden

Berdasarkan jumlah responden dalam penelitian sebanyak 30 orang adapun demografi responden dibagi menjadi beberapa bagian yakni:

#### 1. Berdasarkan Usia

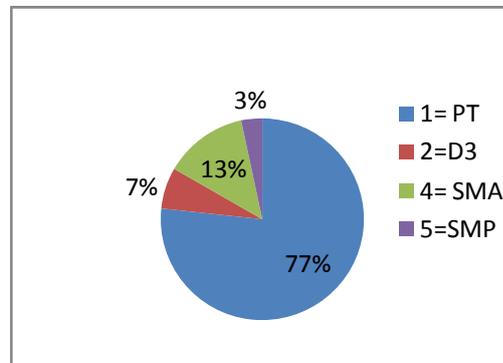


Gambar. 4.10. Demografi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan grafik di atas, demografi responden yang berusia 17-30 tahun 43% dan berjumlah 13 orang, usia 31-41 tahun 37%, sejumlah 11 orang (41-50) tahun 10%, berjumlah 3 orang, usia 51-70 tahun 10% berjumlah 3 orang.

<sup>56</sup> Data struktur organisasi

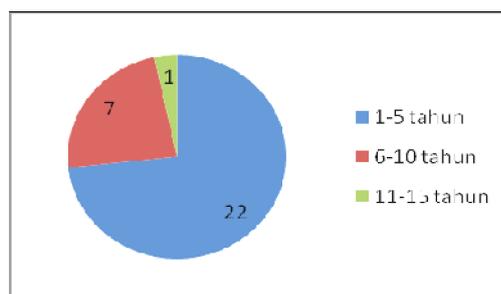
## 2. Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan



**Gambar. 4.11. Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan**

Berdasarkan grafik di atas, demografi responden berdasarkan Pendidikan jumlah distributor yang pendidikan berjenjang PT 60% dengan jumlah 18 orang, D3 7% dengan jumlah 2 orang, Mahasiswa 17% dengan jumlah 5 orang, SMA 13% dengan jumlah 4 orang, SMP 3% dengan jumlah 1 orang.

## 3. Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha



**Gambar. 4.12. Demografi Responden Berdasarkan Lama Bergabung**

Berdasarkan grafik di atas, demografi responden berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 1-5 thn 74%, dengan jumlah 22 orang, 6-10 thn, 23%, dengan jumlah 7 orang 11-15 thn 3 % dengan jumlah 1 orang.

## C. Paparan Data Hasil Penelitian

### 1. Kreativitas verbal

Untuk mengetahui tentang tingkat kreativitas Verbal maka hasil penelitian dari setiap responden dibedakan ke dalam tiga kategori yaitu distributor yang memiliki kreativitas verbal tinggi, sedang dan rendah. Norma kategorisasi adalah sebagai berikut:

- a. Mengubah skor mentah menjadi skor skala mulai dari subtes 1 sampai dengan subtes 6.
- b. Menjumlah seluruh skor skala subtes
- c. Mengubah skor skala subtes menjadi konvensi skor total ke dalam skor skala dan CQ
- d. Membagi skor skala masing-masing subtes untuk menentukan norma tinggi, sedang dan rendah tingkat kreativitas Verbal.

Kategori Tinggi skor skala dimulai dari 15 sampai dengan 20

Kategori Sedang skor skala dimulai dari 8 sampai dengan 14

Kategori Rendah skor skala dimulai dari 1 sampai dengan 7

**Tabel. 4.2. Skor Total, Skor Skala, CQ, Norma**

No	Nama	Skor Total	SKOR SKALA	CQ	Norma
1	Ms. M	39	7	83	Rendah
2	Ms. L	67	12	106	Sedang
3	Msr. S	49	9	91	Sedang
4	Ms.M	48	8	90	Sedang
5	Ms. R	42	7	85	Rendah
6	Ms. F	37	7	81	Rendah
7	Ms. Mar	43	8	86	Sedang

8	Ms. S	54	9	95	Sedang
9	Ms. N	57	10	98	Sedang
10	Ms. E	41	7	84	Rendah
11	Ms. Sw	56	10	97	Sedang
12	Ms. Y	52	9	93	Sedang
13	Ms. Ar	75	13	113	Sedang
14	Ms. An	51	9	93	Sedang
15	Msr. R	74	13	112	Sedang
16	Ms. Ci	60	10	100	Sedang
17	Ms. Ti	55	10	96	Sedang
18	Msr. Lu	67	12	106	Sedang
19	Msr. Ha	44	8	87	Sedang
20	Ms. Ir	77	13	114	Sedang
21	Msr. Nr	75	13	113	Sedang
22	Ms. I	94	16	128	Tinggi
23	Ms. Fe	50	9	92	Sedang
24	Ms. Ri	57	10	98	Sedang
25	Ms. Ya	51	9	93	Sedang
26	Ms. Iz	77	13	114	Sedang
27	Ms. Ad	67	12	106	Sedang
28	Ms. As	56	10	97	Sedang
29	Msr. I	49	9	91	Sedang
30	Ms. N	50	9	92	Sedang

**Tabel. 4.2. Norma Kreativitas Verbal**

Kategori	Nilai	Jumlah	%
Tinggi	15-20	1	3%
Sedang	8-14	25	83%
Rendah	1-7	4	14%
Total		30	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 30 sampel. Terdapat 14% distributor yang memiliki kreativitas verbal rendah dengan jumlah 4 responden, 83% distributor yang memiliki

keaktivitas verbal sedang dan 3% atau 1 responden memiliki tingkat keaktivitas verbal tinggi. Akan tetapi dilihat dari demografi responden dapat dilihat sebagai berikut:

**a. Tingkat Kreativitas Verbal Berdasarkan Usia**

**Tabel. 4.3. Skor Total, Skor Skala, CQ, Norma Berdasarkan Usia 17-30**

No	Usia 17-30	Skor Kreativitas Verbal	Norma
1	18	13	Sedang
2	28	9	Sedang
3	22	13	Sedang
4	23	13	Sedang
5	23	16	Tinggi
6	29	9	Sedang
7	27	10	Sedang
8	22	9	Sedang
9	28	9	Sedang
10	23	7	Rendah
11	21	8	Sedang
12	27	12	Sedang
13	30	13	Sedang

**Tabel. 4.4. Norma Kreativitas Verbal Berdasarkan Usia 17-30**

Norma	Nilai	N	%
Tinggi	15-20	1	8%
Sedang	8-14	11	84%
Rendah	1-7	1	8%
Total		13	100

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 13 responden dengan usia 17-30 tahun. Terdapat 8 % dengan jumlah 1 orang yang memiliki tingkat keaktivitas verbal tinggi, dan terdapat 84% dengan jumlah responden 11 memiliki

tingkat kreativitas verbal sedang, sedangkan pada tingkat rendah hanya terdapat 8% dengan 1 responden.

**Tabel. 4.5. Skor Total, Skor Skala, CQ, Norma**

**Berdasarkan Usia 31-40**

No	Usia 31-40	Skor Kreativitas Verbal	Norma
1	35	9	Sedang
2	38	10	Sedang
3	31	10	Sedang
4	36	13	Sedang
5	38	9	Sedang
6	32	12	Sedang
7	36	10	Sedang
8	38	9	Sedang
9	33	12	Sedang
10	31	10	Sedang
11	33	9	Sedang

**Tabel. 4.6. Norma Kreativitas Verbal Berdasarkan Usia 31-40**

Norma	Nilai	N	%
Tinggi	15-20		
Sedang	8-14	11	100%
Rendah	1-7		
Total		11	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 11 responden, usia 31-40 tahun. Terdapat 11 responden yang semuanya memiliki tingkat kreativitas verbal Sedang,

**Tabel. 4.7. Mean Skor Total, Skor Skala, CQ, Norma Berdasarkan Usia 41-50**

No	Usia41-50	Skor Kreativitas Verbal	Norma
1	46	7	Rendah
2	41	7	Rendah
3	43	10	Sedang

**Tabel. 4.8. Norma Kreativitas Verbal berdasarkan Usia 41-50**

Norma	Nilai	N	%
Tinggi	15-20		
Sedang	8-14	1	33%
Rendah	1-7	2	67%
Total			100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 3 responden yang memiliki usia 41- 50 tahun dan mempunyai 1 responden yang memiliki kreativitas verbal tinggi dan 2 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal rendah.

**Tabel. 4.9. Skor Total, Skor Skala, CQ, Norma Berdasarkan Usia 51-70**

No	Usia 51-70	Skor Kreativitas Verbal	Norma
1	52	7	Rendah
2	70	8	Sedang
3	63	8	Sedang

**Tabel. 4.10. Norma Kreativitas Verbal berdasarkan Usia 51-70**

Norma	Nilai	N	%
Tinggi	15-20		
Sedang	8-14	2	67%
Rendah	1-7	1	33%
Total			100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 3 responden dengan usia 51-70 tahun. Terdapat 67% dengan jumlah 2 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal sedang, dan terdapat 1 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal rendah.

**b. Tingkat Kreativitas Verbal Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan**

**Tabel. 4.11. Skor Total, Skor Skala, CQ, Norma Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan Perguruan Tinggi**

No	Pendidikan	Skor Kreativitas Verbal	Norma
1	PT	7	Rendah
2	PT	12	Sedang
3	PT	9	Sedang
4	PT	8	Sedang
5	PT	7	Rendah
6	PT	7	Rendah
7	PT	10	Sedang
8	PT	9	Sedang
9	PT	13	Sedang
10	PT	9	Sedang
11	PT	13	Sedang
12	PT	10	Sedang
13	PT	10	Sedang
14	PT	12	Sedang
15	PT	8	Sedang
16	PT	13	Sedang
17	PT	13	Sedang
18	PT	16	Tinggi
19	PT	9	Sedang
20	PT	10	Sedang
21	PT	10	Sedang

22	PT	9	Sedang
23	PT	9	Sedang

**Tabel. 4.12. Norma Kreativitas Verbal Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan Perguruan Tinggi**

Norma	Nilai	N	%
Tinggi	15-20	1	4%
Sedang	8-14	19	83%
Rendah	1-7	3	13%
Total		23	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 23 responden dengan latar belakang pendidikan PT. Terdapat 4% dengan jumlah 1 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal tinggi, dan terdapat 83% dengan jumlah responden 19 memiliki tingkat kreativitas verbal sedang, sedangkan pada tingkat rendah terdapat 13% dengan 3 responden.

**Tabel. 4.13. Skor Total, Skor Skala, CQ, Norma Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan SMA**

No	Pendidikan	Skor Kreativitas Verbal	Norma
1	SMA	7	Rendah
2	SMA	9	Sedang
3	SMA	13	Sedang
4	SMA	12	Sedang

**Tabel. 4.14. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan SMA**

Norma	Nilai	N	%
Tinggi	15-20		
Sedang	8-14	3	75%
Rendah	1-7	1	25%
Total			100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 4 responden dengan latar belakang pendidikan SMA. Terdapat 25% dengan jumlah 1 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal rendah dan terdapat 75% dengan jumlah responden 3 memiliki tingkat kreativitas verbal sedang.

**Tabel. 4.15. Skor Total, Skor Skala, CQ, Norma Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan D3**

No	Pendidikan	Skor Kreativitas Verbal	Norma
1	D3	9	Sedang
2	D3	10	Sedang

**Tabel. 4.16. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan D3**

Norma	Nilai	N	%
Tinggi	15-20		
Sedang	8-14	2	100%
Rendah	1-7		
Total			100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 2 responden dengan latar belakang pendidikan D3 dan keduanya memiliki tingkat kreativitas Verbal sedang.

**c. Tingkat Kreativitas Verbal Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha**

**Tabel. 4.17. Skor Total, Skor Skala, CQ, Norma Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha**

No	Lama Menjalankan	Skor Kreativitas verbal	Norma
1	5	7	Rendah
2	5	12	Sedang
3	3	8	Sedang
4	1	7	Rendah
5	2	7	Rendah
6	2	9	Sedang
7	4	10	Sedang
8	4	7	Rendah
9	3	9	Sedang
10	4	9	Sedang
11	5	13	Sedang
12	4	10	Sedang
13	5	12	Sedang
14	3	13	Sedang
15	3	13	Sedang
16	5	16	Tinggi
17	5	9	Sedang
18	5	10	Sedang
19	4	9	Sedang
20	1	13	Sedang
21	2	12	Sedang
22	1	10	Sedang

**Tabel. 4.18. Norma Kreativitas Verbal Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 1-5 tahun**

Norma	Nilai	N	%
Tinggi	15-20	1	5%
Sedang	8-14	17	77%
Rendah	1-7	4	18%
Total		22	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 22 responden berdasarkan lama menjalankan usaha 1-5 tahun. Terdapat 5% dengan jumlah 1 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal tinggi, dan terdapat 77% dengan jumlah responden 17 memiliki tingkat kreativitas verbal sedang, sedangkan pada tingkat rendah terdapat 18% dengan 4 responden.

**Tabel. 4.19. Skor Total, Skor Skala, CQ, Norma Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha**

No	Lama Menjalankan	Skor Kreativitas verbal	Norma
1	6	9	Sedang
2	9	8	Sedang
3	9	10	Sedang
4	10	13	Sedang
5	6	10	Sedang
6	9	8	Sedang
7	7	9	Sedang
8	6	9	Sedang

**Tabel. 4.20. Norma Kreativitas Verbal Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 6-10 tahun**

Norma	Nilai	N	%
Tinggi	15-20		
Sedang	8-14	8	100%
Rendah	1-7		
Total		8	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat responden berdasarkan lama menjalankan

usaha 6-10 tahun. Terdapat 100% responden memiliki tingkat kreativitas verbal sedang dengan jumlah 8 responden.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa jika di lihat usia maka yang memiliki tingkat kreativitas verbal yang tinggi adalah pada berada pada usia 31-40 tahun dan 51-70 tahun. Namun jika di lihat dari sisi tingkat pendidikan tingkat kreativitas verbal tinggi berada pada perguruan tinggi. Sedagka dilihat dari sisi lama seorang menjalankan usaha tingkat kreativitas verbal terletak pada distributor yang menjalankan usaha selama 1-5 tahun.

## 2. Motivasi berprestasi

Untuk mengetahui tentang tingkat motivasi berprestasi maka hasil penelitian dari setiap sesponden dibedakan ke dalam tiga kategori yang digunakan oleh peneliti yaitu distributor yang memiliki kreativitas verbal tinggi, sedang dan rendah. Norma kategorisasi adalah sebagai berikut:

$X \geq (\mu - 1.\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 1.\sigma) < X \leq (\mu + 1.\sigma)$	Sedang
$X < (\mu + 1.\sigma)$	Rendah

Penentuan norma tersebut dapat diketahui setelah meneliti nilai Mean dan standar deviasi untuk lebih jelas dapat diketahui pada tabel berikut:

**Tabel.4.21. Mean, Standart deviasi, Varian**

Mean	Std. Deviation	Varian
16,03	2,94	0,53

**Tabel.4.22. Norma Motivasi Berprestasi**

Norma	Nilai	Jumlah	%
Rendah	13	7	23%
Sedang	14-18	18	60%
Tinggi	19	5	17%
Total		30	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa dari 30 sampel, terdapat 23% distributor yang memiliki kreativitas verbal rendah yaitu sejumlah 7 responden, 60% atau sejumlah 18 distributor yang memiliki kreativitas verbal sedang dan 17% atau sejumlah 5 responden memiliki tingkat kreatifitas verbal tinggi. Akan tetapi dilihat dari demografi responden dapat dilihat sebagai berikut:

**a. Tingkat Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia**

**Tabel.4.23. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Usia 17 - 30**

	Mean	Std. Deviation	N
MB (U=17-30)	15.62	2.063	13

**Tabel.4.24. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 17-30 tahun**

Kategori	Nilai	Jumlah	%
Tinggi	17	5	40%
Sedang	14-16	6	45%
Rendah	13.	2	15%
Total		13	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 13 responden. Dilihat dari demografi usia 17-30. sebesar 15% distributor yang memiliki motivasi berprestasi rendah dengan jumlah 2 responden, 45% distributor yang memiliki tingkat motivasi berprestasi sedang dengan jumlah 6 responden, sedangkan dengan prosentase 40% distributor yang memiliki motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 5 responden

**Tabel.4.25. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Usia 31-40**

	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>	<b>N</b>
MB (U=31-40)	15.73	3.101	11

**Tabel.4.26. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 31- 40**

<b>Kategori</b>	<b>Nilai</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
Tinggi	19	3	27%
Sedang	14-18	6	55%
Rendah	13	2	18%
Total		11	100%

Dari data di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 11 sampel berdasarkan usia 31-40, terdapat 27% distributor yang memiliki motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 3 responden, 55% distributor yang memiliki tingkat motivasi berprestasi sedang dengan jumlah 6 responden, sedangkan dengan prosentase 18% distributor yang

memiliki motivasi berprestasi rendah dengan jumlah 2 responden

**Tabel.4.27. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Usia 41-50**

	Mean	Std. Deviation	N
MB (U=41-50)	19	1.414	2

**Tabel.4.28. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 41-50**

Kategori	Nilai	Jumlah	%
Tinggi	20	1	50%
Sedang	19-16	1	50%
Rendah	17	0	
Total		2	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 2 sampel pada usia 41-50, terdapat 50% distributor yang memiliki motivasi berprestasi sedang dengan jumlah 1 responden, 50% distributor yang memiliki tingkat motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 6 responden.

**Tabel.4.29. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Usia 51-70**

	Mean	Std. Deviation	N
MB (U=51-70)	16.75	5.123	4

**Tabel.4.30. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 51-70 tahun**

Kategori	Nilai	Jumlah	%
Tinggi	22	1	25%
Sedang	13-21	2	50%
Rendah	12	1	25%
Total		4	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 4 sampel pada usia 51-70, 25% nya adalah distributor yang memiliki motivasi berprestasi rendah dengan jumlah 1 responden, 50% distributor yang memiliki tingkat motivasi berprestasi sedang sejumlah 2 responden, sedangkan dengan persentase 25% distributor yang memiliki motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 1 responden

**b. Tingkat Motivasi Berprestasi Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan**

**Tabel.4.31. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Latar Belakang pendidikan PT**

	Mean	Std. Deviation	N
MB (PT)	16.30	3.06	23

**Tabel.4.32. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan PT**

Kategori	Nilai	Jumlah	%
Tinggi	19	6	27%
Sedang	14-18	13	60%
Rendah	13	4	13%
Total		23	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 23 sampel di tingkat pendidikan PT. sejumlah 13% distributor yang memiliki motivasi berprestasi rendah dengan jumlah 4 responden, 60% distributor yang memiliki tingkat motivasi berprestasi sedang dengan jumlah 13

responden, sedangkan dengan persentase 27% distributor yang memiliki motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 6 responden

**Tabel.4.34. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Latar Belakang pendidikan SMA**

	Mean	Std. Deviation	N
MB (SMA)	15	3.367	4

**Tabel.4.35. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Latar Belakang pendidikan SMA**

Kategori	Nilai	Jumlah	%
Tinggi	18	1	25%
Sedang	12-17	2	50%
Rendah	11	1	25%
Total		4	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 4 sampel, pada tingkat pendidikan SMA., 50% distributor yang memiliki tingkat motivasi berprestasi sedang dengan jumlah 2 responden, sedangkan dengan persentase 25% distributor yang memiliki motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 1, dan 25% distributor yang memiliki motivasi berprestasi rendah dengan jumlah 1 responden.

**Tabel.4.36. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Latar Belakang pendidikan D3**

	Mean	Std. Deviation	N
MB (D3)	15	1.414	2

**Tabel.4.37. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Latar Belakang pendidikan D3**

<b>Kategori</b>	<b>Nilai</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
Tinggi	16		
Sedang	14-15	2	100%
Rendah	13		
Total		2	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 2 sampel, pada tingkat pendidikan D3. terdapat 100% distributor memiliki motivasi berprestasi sedang dengan jumlah 2 responden.

**c. Tingkat Motivasi Berprestasi Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha**

**Tabel.4.38. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan lama menjalanka usaha 1-5**

	Mean	Std. Deviation	N
MB (L=1-5)	16.14	2.642	22

**Tabel.4.39. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Lama Menjalanka Usaha 1-5**

<b>Kategori</b>	<b>Nilai</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
Tinggi	18	8	35%
Sedang	14-17	11	50%
Rendah	13.	3	15%
Total		22	100%

Dari data di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 22 sampel berdasarkan demografi berdasarkan lama menjalankan 1-5. terdapat 15% distributor yang memiliki motivasi berprestasi rendah dengan jumlah 3 responden, 50% distributor yang memiliki tingkat motivasi berprestasi sedang dengan jumlah 11 responden, sedangkan dengan persentase 35% distributor yang memiliki motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 8 responden

**Tabel.4.40. Mean, Standart deviasi, Varian Berdasarkan Lama Menjalanka Usaha 6- 10 tahun**

	Mean	Std. Deviation	N
MB (L=6-10)	16.71	2.928	

**Tabel.4.41. Norma Motivasi Berprestasi Berdasarkan Lama Menjalanka Usaha 6- 10 tahun**

Kategori	Nilai	Jumlah	%
Tinggi	19	3	36%
Sedang	14-18	4	50%
Rendah	13	1	14%
Total		8	100%

Dari tabel di atas pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 7 sampel berdasarkan demografi berdasarkan lama menjalankan 6-10. terdapat 14% distributor yang memiliki motivasi berprestasi rendah dengan jumlah 1 responden, 50% distributor yang memiliki tingkat motivasi

berprestasi sedang dengan jumlah 4 responden, sedangkan dengan persentase 36% distributor yang memiliki motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 3 responden

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa jika dilihat usia maka yang memiliki tingkat motivasi berprestasi yang tinggi adalah pada usia 17- 30 tahun. Namun jika di tlihat dari sisi tingkat pendidikan responden yang memiliki tingkat motivasi berprestasi yang tinggi terdapat pada pendidikan perguruan tinggi. Sedangkan pada karegori distributor menjalankan usaha tingkat motivasi berprestasi tinggi terletak pada distributor yang baru menjalankan pada 1-5 tahun.

### 3. Korelasi antara Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi

Dari hasil penelitian di peroleh data mengenai hubungan antara kretivitas verbal dengan motivasi berprestasi pada sampel yang kemudian dianalisis dengan menggunakan rumus korelasi *produk moment* dari person melalui program *SPSS versi 16 for windows*.

Hasil dari korelasi *product moment* antara kreativitas Verbal dengan motivasi berprestasi dapat di lihat sebagai berikut:

**Tabel. 4.42. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi**

		Kreativitas Verbal	Motovasi Berperstasi
Kreativitas Verbal	Pearson Correlation	1.000	-.140
	Sig. (2-tailed)		.463
	N	30.000	30
Motivasi Berprestasi	Pearson Correlation	-.140	1.000
	Sig. (2-tailed)	.463	
	N	30	30.000

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi menunjukkan angka sebesar  $-.140$  dengan  $p = 0,463$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -.140^2 = ,0196$  yang artinya ada sumbangan efektif

1,96% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi.

Akan tetapi dilihat dari demografi responden dapat dilihat korelasi antara kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi sebagai berikut:

**a. Korelasi antara Kreativitas Verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan Usia**

**Tabel. 4.43. Korelasi Kreativitas Verbal Dengan Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 17-30**

		KV (U=17-30)	MB (U=17-30)
KV (U=17-30)	Pearson Correlation	1.000	.065
	Sig. (2-tailed)		.834
	N	13.000	13
MB (U=17-30)	Pearson Correlation	.065	1.000
	Sig. (2-tailed)	.834	
	N	13	13.000

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi tingkat Usia 17-30 tahun menunjukkan angka sebesar .065 dengan  $p = 0,834$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah positif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = ,065^2 = ,00422$  yang artinya ada sumbangan efektif 0,45% variabel kreativitas verbal dengan semua

aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan positif kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi sangatlah lemah .

**Tabel. 4.44. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 31-40**

	KV (U=31-40)	MB (U=31-40)
KV (U=31-40) Pearson Correlation	1.000	-.390
Sig. (2-tailed)		.236
N	11.000	11
MB (U=31-40) Pearson Correlation	-.390	1.000
Sig. (2-tailed)	.236	
N	11	11.000

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi dari tingkat usia 31-40 menunjukkan angka sebesar  $-.390$  dengan  $p = 0,234$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -.390^2 = ,152$  yang artinya ada sumbangan efektif 15,2% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini berarti bahwa variabel kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi mempunyai hubungan negatif yang tidak terlalu kuat dengan jumlah  $r = 0,152$ .

**Tabel. 4.45. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 41-50**

	KV (U=41-50)	MB (U=41-50)
KV (U=41-50) Pearson Correlation	1.000	.655
Sig. (2-tailed)		.546
N	3.000	3
MB (U=41-50) Pearson Correlation	.655	1.000
Sig. (2-tailed)	.546	
N	3	3.000

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi pada Usia 41-50 menunjukkan hubungan positif 0.655 dengan  $p = .546$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah positif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = ,655^2 = ,429$  yang artinya ada sumbangan efektif 42,9% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi.

**Tabel. 4.46. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi Berdasarkan Usia 51-70**

	KV (U=51-70)	MB (U=51-70)
KV (U=51-70) Pearson Correlation	1.000	.000
Sig. (2-tailed)		1.000
N	3.000	3
MB (U=51-70) Pearson Correlation	.000	1.000
Sig. (2-tailed)	1.000	
N	3	3.000

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi pada usia 51-70 tahun menunjukkan angka sebesar 0 dengan  $p = 1$  hal ini berarti kedua variabel di atas tidak memiliki hubungan sama sekali dikarenakan angka korelasi 0

**b. Korelasi Antara Tingkat Kreativitas Verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan**

**Tabel. 4.47. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan PT**

	KV (PT)	MB (PT)
KV (PT) Pearson Correlation	1.000	-.101
Sig. (2-tailed)		.647
N	23.000	23
MB (PT) Pearson Correlation	-.101	1.000
Sig. (2-tailed)	.647	
N	23	23.000

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi berdasarkan tingkat pendidikan PT menunjukkan angka sebesar  $-0,101$  dengan  $p = 0,647$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -0,101^2 = 0,010$  yang artinya ada sumbangan efektif 1% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini berarti bahwa kreatifitas verbal dengan motivasi berprestasi mempunyai hubungan yang negatif dan tidak terlalu kuat.

**Tabel. 4.48. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan D3**

	KV (D3)	MB (D3)
KV (D3) Pearson Correlation	1.000	-1.000**
Sig. (2-tailed)	.	.
N	2.000	2
MB (D3) Pearson Correlation	-1.000**	1.000
Sig. (2-tailed)	.	.
N	2	2.000

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan D3 menunjukkan sangat signifikan dengan angka sebesar  $-1$  dengan hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif

karena  $p > 0,01$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -1^2 = 1$  yang artinya ada sumbangan efektif 100% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi

**Tabel. 4.49. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan SMA**

		KV (SMA)	MB (SMA)
KV (SMA)	Pearson Correlation	1.000	-.396
	Sig. (2-tailed)		.604
	N	3.000	3
MB (SMA)	Pearson Correlation	-.396	1.000
	Sig. (2-tailed)	.604	
	N	3	3.000

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan tingkat Pendidikan SMA menunjukkan angka sebesar -396 dengan  $p = 0,604$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -396^2 = 0,156$  yang artinya ada sumbangan efektif 15,6% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi

berprestasi. Hal ini berarti bahwa hubungan kreativitas dengan motivasi berprestasi adalah negatif.

**c. Korelasi antara Tingkat Kreativitas Verbal dengan motivasi berprestasi berdasarkan Lama Menjalankan Usaha**

**Tabel. 4.50. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 1-5**

	KV (L=1-5)	MB (L=1-5)
KV (L=1-5) Pearson Correlation	1.000	.039
Sig. (2-tailed)		.864
N	22.000	22
MB (L=1-5) Pearson Correlation	.039	1.000
Sig. (2-tailed)	.864	
N	22	22.000

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 1-5 tahun menunjukkan angka sebesar .039 dengan  $p = 0,864$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah positif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = ,039^2 = ,0015$  yang artinya ada sumbangan efektif 0,15% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini berarti bahwa lemahnya hubungan antara kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi karena  $r$  semakin mendekati 0

**Tabel. 4.52. Korelasi Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 6-10**

	KV (L=6-10)	MB (L=6-10)
KV (L=6-10) Pearson Correlation	1.000	-.788*
Sig. (2-tailed)		.020
N	8.000	8
MB (L=6-10) Pearson Correlation	-.788*	1.000
Sig. (2-tailed)	.020	
N	8	8.000

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 6-10 menunjukkan angka sebesar  $-0.788$  dengan  $p = 0,020$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p < 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -0,788^2 = ,620$  yang artinya ada sumbangan efektif 62% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini berarti bahwa ada hubungan negatif yang signifikan

## B. Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas menunjukkan adanya hubungan korelasi negatif antara Kreativitas Verbal dengan Motivasi Berprestasi.

### 1. Tingkat Kreativitas Verbal

Dari 30 responden rata-rata menunjukkan kreativitas verbal yang sedang yaitu 60% dan 23% rendah dan 17% tinggi, hal tersebut dapat dikatakan sangat meski distributor mempunyai tugas mempromosikan suatu produk tidak menjamin distributor memiliki kreativitas verbal yang tinggi terbukti hanya beberapa persen yang tinggi. Seharusnya dengan semakin sering distributor mempromosikan suatu produk maka semakin tinggi tingkat kreativitas verbal yang dimiliki oleh distributor. Tingkat Kreativitas Verbal distributor dapat terlihat sebagai berikut:

**Tabel.4.6. Tingkat Kreativitas Verbal**

No	Nama	Skor Total	SKOR SKALA	Norma
1	Ms. M	39	7	Rendah
2	Ms. L	67	12	Sedang
3	Msr. S	49	9	Sedang
4	Ms.M	48	8	Sedang
5	Ms. R	42	7	Rendah
6	Ms. F	37	7	Rendah
7	Ms. Mar	43	8	Sedang
8	Ms. S	54	9	Sedang
9	Ms. N	57	10	Sedang
10	Ms. E	41	7	Rendah
11	Ms. Sw	56	10	Sedang
12	Ms. Y	52	9	Sedang
13	Ms. Ar	75	13	Sedang

14	Ms. An	51	9	Sedang
15	Msr. R	74	13	Sedang
16	Ms. Ci	60	10	Sedang
17	Ms. Ti	55	10	Sedang
18	Msr. Lu	67	12	Sedang
19	Msr. Ha	44	8	Sedang
20	Ms. Ir	77	13	Sedang
21	Msr. Nr	75	13	Sedang
22	Ms. I	94	16	Tinggi
23	Ms. Fe	50	9	Sedang
24	Ms. Ri	57	10	Sedang
25	Ms. Ya	51	9	Sedang
26	Ms. Iz	77	13	Sedang
27	Ms. Ad	67	12	Sedang
28	Ms. As	56	10	Sedang
29	Msr. I	49	9	Sedang
30	Ms. N	50	9	Sedang

Kreativitas verbal adalah berfikir divergen yaitu kemampuan distributor untuk mengkombinasikan data, unsur, dan info secara fleksibel atau luwes sehingga memunculkan ide-ide baru yang tepat guna dalam berkomunikasi

Beberapa faktor yang mempengaruhi kreativitas verbal pada distributor disebabkan oleh faktor kelancaran berpikir yang menggambarkan banyaknya gagasan yang keluar dalam pemikiran seseorang, kemampuan untuk menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan, kemampuan seseorang untuk mencetuskan gagasan asli, dan juga kemampuan untuk mengembangkan ide-ide dan menguraikan ide-ide tersebut

Oleh karena itu, untuk mencapai hasil yang dapat diharapkan maka semua pihak baik distributor, Up Line, dan suport sistem harus berperan aktif dalam usaha mensukseskan harapan dari perusahaan secara umum.

Setelah di ketehui secara keseluruhan bahwa tingkat kreativitas verbal dari responden memiliki tingkat sedang dengan persentase 83% sejumlah 25 responden. Peneliti mencoba untuk mengklasifikasikan kembali sehubungan dengan sebagian faktor yang mempengaruhi kreativitas Hurlock yaitu waktu yang terbagi menjadi 2 indikasi yaitu usia dan lama menjalankan usaha, dari faktor cara pendidikan dan lingkungan yang membeentuk terindikasikan oleh latar belakang pendidikan yang dapat terlihat sebagai berikut:

Kreativitas Verbal Berdasarkan tingkat usia yang peneliti susun diantara Usia 17-30, terdapat 13 responden. Terdapat 8 % dengan jumlah 1 orang yang memiliki tingkat kreativitas verbal tinggi, dan terdapat 84% dengan jumlah responden 11 memiliki tingkat kreativitas verbal sedang, sedangkan pada tingkat rendah hanya terdapat 8% dengan 1 responden. Sedangkan pada tingkat Usia 31-40 terdapat 11 responden, usia 31-40 tahun. Terdapat 11 responden yang semuanya memiliki tingkat kreativitas verbal Sedang, terdapat 3 responden yang memiliki usia 41- 50 tahun dan mempunyai 1 responden yang memiliki kreativitas verbal tinggi dan 2 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal rendah.

Sedangkan pada tingkat Usia 31-40 terdapat 11 responden, 18% dengan jumlah 2 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal tinggi, dan terdapat 82% dengan jumlah responden 9 memiliki tingkat kreativitas verbal sedang.

Tingkat kreativitas verbal pada distributor High desert dari sisi usia terdapat tingkat kreativitas sedang sehingga dapat dikatakan dari penelitian ini bahwa tingkat kreativitas verbal yang tinggi di miliki oleh usia 17-30 dikarenakan masing-masing terdapat 1 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal tinggi sedangkan jumlah responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal sedang pada tingkat usia 17-30 dan 31-40 tahun.

Berdasarkan tingkat Usia 41-50, terdapat 3 responden yang memiliki usia 41- 50 tahun dan mempunyai 2 responden yang memiliki kreativitas verbal sedang dan 1 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal rendah. Sedangkan berdasarkan usia 51-70 terdapat 4 responden. 2 responden yang memiliki tingkat kreativitas verbal tinggi, dan terdapat 1 responden memiliki tingkat kreativitas verbal sedang, sedangkan pada tingkat rendah terdapat 1 responden. Sehingga setelah peneliti melihat hasil tes kreativitas verbal usia sangatlah mempengaruhi sesuai dengan verbal adalah pemahaman akan hubungan kata, kosakata, dan penguasaan

komunikasi.<sup>57</sup> Dimana untuk mengingat suatu kata, kosakata, kelancaran berkomunikasi sangat dibutuhkan daya ingat yang cukup hal ini terlihat bahwa nilai tertinggi terdapat pada responden yang berusia 17-30 tahun berkisar antara 19, disamping ada faktor-faktor yang lain yang dapat membentuk distributor untuk memiliki tingkat kreativitas verbal yang tinggi.

Pendidikan adalah usaha sadar untuk menyiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan, pengajaran atau latihan bagi peranannya di masa yang akan datang<sup>58</sup>, usaha ini berfungsi untuk membentuk manusia agar menjadi lebih tahu, lebih mengerti, lebih baik, lebih dewasa, dan lebih bertanggung jawab. Sehingga dapat dikatakan mendidikan memberikan kontribusi yang cukup tinggi agar manusia menjadi lebih baik sehubungan dengan tingkat kreativitas verbal.

Pola pendidikan yang ditanamkan oleh orang tua menentukan perkembangan anak di masa mendatang. Cara mendidik yang demokratis membantu meningkatkan kreativitas anak. Sebaliknya pola asuh yang otoriter atau mengkekang akan membatasi gerak anak dalam mewujudkan gagasannya. Kesempatan untuk memperoleh pengetahuan: kreativitas

---

<sup>57</sup> Azwar 1996 (Nur AM . 2008) Kreativitas Verbal, [http:// klinis.wordpress.com, kreativitas-verbal/](http://klinis.wordpress.com/kreativitas-verbal/) Akses: 22 November 2008

<sup>58</sup> Undang-undang Pendidikan Republik Indonesia nomor 2 tahun 1989

tidak akan muncul dalam kondisi yang hampa, semakin baik dasar untuk mencapai hasil yang kreatif.<sup>59</sup>

Jadi dapat peneliti simpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan maka dapat memberikan kontribusi yang cukup pada kemampuan manusia pada kreativitas verbal. oleh karena itu peneliti melihat tingkat kreativitas verbal berdasarkan tingkat pendidikan Pendidikan yang telah responden tempuh.

Tingkat Kreativitas Verbal Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan pada penelitian ini terdapat 4 tingkatan PT, D3, SMA, SMP. Dari 30 responden terdapat 23 tingkat pendidikan PT, 2 responden pada tingkat pendidikan D3, 4 responden pada tingkat pendidikan SMA, dan 1 responden pada tingkat pendidikan SMP. Dari data yang peneliti temukan skor dari tes kreativitas verbal bahwa responden yang memiliki tingkat pendidikan PT 1 responden memiliki tingkat kreatifitas verbal tinggi dengan total skor 19. 19 responden pada tingkat kreativitas verbal sedang dapat di bandingkan dengan tingkat kreativitas verbal pada tingkat pendidikan lain seperti D3 total skor antara 8-14 yang mereka miliki sedangkan pada tingkat SMA skor tertinggi dengan jumlah responden 1 dan pada tingkat SMP memiliki kategori sedang

Tingkat kreativitas verbal dari demografi responden lama menjalankan usaha merupanak salah satu hasil dari peneliti lakukan,

---

<sup>59</sup> Hurlock,E (1993) *Perkembangan anak jilid 2* Jakarta:Erlangga: hal 11

dikarenakan pengusaha tidak dapat dilihat keberhasilannya dengan cara yang cepat, karena seorang pengusaha harus melakukan sebagian proses yang harus di tempuh dari hal inilah peneliti mengkategorikan pada lama menjalankan usaha yang pertama 1-5 tahun yang kedua 6-10 tahun sehingga dapat dilihat dan di bandingkan seberapa besar tingkat kreatifitas verbal antara kedua kategori tersebut.

Pada kategori 1-5 tahun terdapat 22 responden dengan jumlah 1 orang memiliki tingkat kreativitas verbal tinggi 17 orang memiliki tingkat kreativitas sedang dan 4 orang memiliki tingkat kreativitas rendah. Sedangkan pada kategori 6-10 tahun responden menjalankan usaha terdapat 8 responden dengan semua responden memiliki tingkat kreativitas verbal sedang.

## 2. Tingkat Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi yang ada ternyata dapat dikatakan menunjukkan pada level 17% tinggi dan 60% sedang, dan 23% rendah, dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa rata-rata distributor aktif mempunyai motivasi berprestasi yang kurang hal tersebut bisa disebabkan misalnya kurangnya bertanggungjawab, menimbulkan umpan balik, inovatif, sukses dalam pekerjaan sehingga prestasi yang diharapkan rendah. Tingkat Motivasi berprestasi distributor dapat terlihat sebagai berikut:

**Tabel. 4.7. Tingkat Motivasi Berprestasi**

No	Nama	Persentil	SS
1	Ms. M	19	Tinggi
2	Ms. L	19	Tinggi
3	Msr. S	13	Rendah
4	Ms.M	17	Sedang
5	Ms. R	10	Rendah
6	Ms. F	14	Sedang
7	Ms. Mar	16	Sedang
8	Ms. S	16	Sedang
9	Ms. N	14	Sedang
10	Ms. E	18	Sedang
11	Ms. Sw	16	Sedang
12	Ms. Y	13	Rendah
13	Ms. Ar	9	Rendah
14	Ms. An	16	Sedang
15	Msr. R	15	Sedang
16	Ms. Ci	15	Sedang
17	Ms. Ti	20	Tinggi
18	Msr. Lu	19	Tinggi
19	Msr. Ha	22	Tinggi
20	Ms. Ir	17	Sedang

21	Msr. Nr	17	Sedang
22	Ms. I	16	Sedang
23	Ms.Fe	17	Sedang
24	Ms. Ri	18	Sedang
25	Ms. Ya	19	Tinggi
26	Ms. Iz	11	Rendah
27	Ms. Ad	16	Sedang
28	Ms. As	14	Sedang
29	Msr. I	19	Tinggi
30	Ms.N	16	Sedang

Motivasi berprestasi adalah suatu dorongan yang ada pada distributor untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan juga sebagai penentu sikap dalam bekerja membangun suatu jaringan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi berprestasi pada distributor disebabkan oleh faktor. Individu mempunyai perhitungan dan pertimbangan secara matang karena memiliki tanggung jawab terhadap pemecahan masalah yang telah dibuatnya. Tanggung jawab ini ditunjukkan dengan memilih tantangan, resiko. Dengan demikian benar-benar melaksanakan suatu pekerjaan tanpa adanya beban karena individu memilih resiko yang sebanding dengan kemampuannya. Motivasi berprestasi tinggi biasanya menyenangi umpan balik secara riil dan cepat dari apa yang telah dilakukannya sehingga dengan cepat pula individu akan memutuskan apabila hasil yang dicapai kurang memuaskan untuk beralih pada aktifitas lain jika hasil yang diperoleh telah maksimal.

Individu yang memiliki motivasi berprestasi tinggi selalu berupaya mencari informasi baru. Individu kelihatan tidak banyak istirahat dan ingin selalu berubah yang didasari oleh sikap yang berorientasi ke masa depan. Dengan kata lain motivasi berprestasi menjadi prediktor kesuksesannya dalam bidang yang ditekuninya. Oleh karena itu, untuk mencapai hasil yang dapat diharapkan maka semua pihak baik distributor, Up Line, dan suport sistem harus berperan aktif dalam usaha mensukseskan harapan dari perusahaan secara umum dan dalam memberikan motivasi terhadap distributor.

Setelah diketahui secara keseluruhan bahwa tingkat kreativitas verbal dari responden memiliki tingkat sedang dengan persentase 60% sejumlah 18 responden. Peneliti mencoba untuk mengklasifikasikan kembali sehubungan dengan sebagian faktor yang mempengaruhi kreativitas Hurlock yaitu waktu yang terbagi menjadi 2 indikasi yaitu usia dan lama menjalankan usaha, dari faktor cara pendidikan dan lingkungan yang membeentuk terindikasikan oleh latar belakang pendidikan yang dapat terlihat sebagai berikut:

Tingkat Motivasi Berprestasi berdasarkan tingkat Usia merupakan salah satu hasil dari penelitian yang peneliti lakukan, Dari data dapat diketahui bahwa terdapat 13 responden tingkat usia 17-30. terdapat 5 responden yang memiliki tingkat motivasi berprestasi tinggi sedangkan pada tingkat motivasi berprestasi sedang dengan jumlah 6 responden, dan yang memiliki tingkat motivasi berprestasi rendah dengan jumlah

responden 2. Sedangkan pada tingkat usia 31- 40 terdapat 11 responden terdapat 2 responden, yang memiliki tingkat motivasi berprestasi rendah sedangkan 6 responden memiliki tingkat motivasi berprestasi sedang, sedangkan yang memiliki motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 3 responden.

Motivasi berprestasi pada tingkat usia 41-50 2 responden dan terdapat tingkat motivasi berprestasi sedang dengan jumlah 1 responden, dan 1 responden dengan tingkat motivasi berprestasi tinggi. Sedangkan pada tingkat usia 51-70 dengan jumlah responden 4 1 responden memiliki tingkat motivasi berprestasi tinggi, 2 responden memiliki tingkat motivasi berprestasi sedang dan kemudian 1 responden memiliki tingkat motivasi berprestasi rendah. Dari beberapa data diatas dapat di simpulkan bahwa dari tingkat usia, tingkat motivasi berprestasi yang mendapatkan skor tertinggi adapada tingkat usia 51-70 tahun jadi dapat dikatakan bahwa motivasi berprestasi adalah suatu dorongan yang ada pada diri manusia untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan juga sebagai penentu sikap dalam bekerja, Dalam usia berapapun motivasi berprestasi semakin kuat apabila berasal dari diri individu itu sendiri.

Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan, pada tingkat motivasi berprestasi ini terdapat 4 kategori PT, D3, SMA, SMP. Dari 30 responden terdapat 23 tingkat pendidikan PT dengan jumlah 4 responden miliki tingkat motivasi berprestasi rendah, 13 responden memiliki tingkat

motivasi berprestasi sedang, sedangkan yang memiliki motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 6 responden

Dari responden yang memiliki tingkat pendidikan D3 ada 2 responden dan keduanya memiliki tingkat motivasi berprestasi sedan., 4 responden pada tingkat pendidikan SMA terdapat 1 responden yang memiliki tingkat motivasi berprestasi tinggi, 2 responden memiliki tingkat motivasi berprestasi sedan dan 1 responden memiliki tingkat motivasi berprestasi rendah, dan 1 responden pada tingkat pendidikan SMP memiliki tingkat kreativitas sedang

Motivasi Berprestasi Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha terbagi menjadi 2 kategori yaitu lama menjalankan 1-5 tahun dan 6-10 tahun. Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 22 sampel berdasarkan demografi berdasarkan lama menjalankan 1-5. 3 responden, memiliki tingkat motivasi berprestasi rendah, sedangkan 11 responden memiliki tingkat motivasi berprestasi sedang, dengan persentase 35% distributor yang memiliki motivasi berprestasi tinggi dengan jumlah 8 responden

Motivasi Berprestasi Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 6- 10 tahun pada penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 8 sampel. terdapat 1 responden yang memiliki motivasi berprestasi rendah, 4 responden yang memiliki tingkat motivasi berprestasi sedang, sedangkan distributor yang memiliki motivasi berprestasi tinggi berjumlah 3 responden.

### 3. Hubungan Antara Kreativitas Verbal Dengan Motivasi Berprestasi

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi menunjukkan angka sebesar  $-0,140$  dengan  $p = 0,461$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -0,140^2 = 0,0197$  yang artinya ada sumbangan efektif 1,97% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi.

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa kreativitas verbal memiliki hubungan negatif yang lemah terhadap motivasi berprestasi dan begitu pula sebaliknya. dikarenakan  $r = -0,140$  lebih mendekati 0 Jadi keduanya mempunyai korelasi negatif yang lemah , yang artinya jika kreativitas verbal tinggi maka motivasi berprestasi rendah dan jika kreativitas verbal rendah maka motivasi berprestasi tinggi.

Distributor adalah pelaku usaha dalam *Multi Level Marketing* yang dapat dikatakan sebagai wirausahawan. Wirausahawan adalah orang yang menanggung resiko untung rugi dalam mengadakan kontrak pekerjaan. Dalam menjalankan usahanya mereka memerlukan waktu untuk bekerja membangun saluran distribusi yang melibatkan emosi, pikiran (kognisi) dan psikomotorik sehingga dalam bekerja itu harus memiliki motivasi berprestasi dan kreativitas verbal yang tinggi karena mereka bekerja untuk diri mereka sendiri untuk mencapai tujuan usaha yang mereka jalankan.

Motif sangat mempengaruhi sikap, perilaku, keinginan, atau tindakan-tindakan sengaja lainnya. Tanpa motivasi orang cenderung tidak terdorong dan tidak tergerak untuk meraih sesuatu yang diinginkannya. Padahal kreatifitas sering menuntut satu rangkaian persiapan, pemikiran, pendefinisian persoalan, dan pemecahannya. Semuanya membutuhkan dalam derajat tertentu usaha dan kerja keras. Bila motivasi rendah, orang cenderung kurang menyukai kerja keras, kurang tekun, dan enggan memanfaatkan kemampuan kreatifnya untuk memecahkan tantangan. Akan tetapi ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kreativitas verbal 1) Kelancaran berpikir (*fluency of thinking*) yang menggambarkan banyaknya gagasan yang keluar dalam pemikiran seseorang. 2) Fleksibilitas (keluwesan) yaitu kemampuan untuk menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan. 3) Orisinalitas (keaslian) yaitu kemampuan seseorang untuk mencetuskan gagasan asli. 4) Elaborasi yaitu kemampuan untuk mengembangkan ide-ide dan menguraikan ide-ide tersebut secara terperinci.

Berbagai penelitian membuktikan, sekalipun kreatifitas bisa dirangsang dan ditingkatkan dengan latihan, namun tidak berarti orang cerdas dan berkemampuan akademik tinggi otomatis bisa kreatif. Selain itu, untuk menjadi kreatif ternyata tidak cukup berbekal skill dan kemampuan kreatif saja.

John G. Young, pengarang buku berjudul *Will and Won't: Autonomy and Creativity Blocks*, berkesimpulan bahwa kreatifitas juga membutuhkan kemauan atau motivasi. Mengapa? "Sebab

memiliki ketrampilan, bakat, dan kemampuan kreatif tidak otomatis membuat seseorang melakukan aktivitas yang menghasilkan output kreatif. Ia bisa memilih tidak melakukan aktivitas kreatif. Jadi faktor dorongan atau motivasi sangat penting di sini," tegas Young.<sup>60</sup>

Kreativitas verbal adalah berfikir divergen yaitu kemampuan distributor untuk mengkombinasikan data, unsur, dan info secara fleksibel atau luwes sehingga memunculkan ide-ide baru yang tepat guna dalam berkomunikasi dengan konsumen sehingga konsumen mempunyai rasa ketertarikan atas apa yang dipresentasikan oleh distributor. Jadi dengan kreativitas verbal seorang akan mempunyai rasa percaya diri sehingga dapat menambah keyakinan dan dorongan ada semakin berprestasi.

Motivasi berprestasi adalah suatu dorongan yang ada pada distributor untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan juga sebagai penentu sikap dalam bekerja membangun suatu jaringan.

Untuk berprestasi seorang distributor harus mempunyai suatu target yang harus dicapai, seperti mencapai suatu peringkat tertentu berarti distributor harus merekrut beberapa konsumen sesuai dengan tanggung jawab yang harus dilakukan yaitu mempresentasikan produk dan peluang bisnis kepada calon konsumen atau calon rekan kerja dinamakan kreativitas Verbal sangatlah dibutuhkan karena dapat meningkatkan kelenturan berkomunikasi terhadap calon konsumen atau rekan kerja. Semakin distributor mempunyai keluwesan dalam berkomunikasi akan

---

<sup>60</sup> Nur AM .(2008) Kreativitas Verbal, [http:// klinis.wordpress.com. kreativitas-verbal/](http://klinis.wordpress.com/kreativitas-verbal/) Akses: 22 November 2008

meningkatkan rasa percaya diri sehingga distributor akan termotivasi mencapai suatu target yang telah ditentukan.

Kebutuhan berprestasi akan mendorong seseorang untuk mengembangkan kreativitas dan mengerahkan semua kemampuan serta energi yang dimiliki demi mencapai prestasi kerja yang optimal.

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kreativitas verbal distributor maka akan semakin tinggi motivasi berprestasi, karena dengan kreativitas verbal, distributor akan memiliki rasa percaya diri sehingga memiliki motivasi berprestasi yang tinggi dan dapat menyelesaikan suatu permasalahan, menemukan ide-ide yang baru serta berinovasi demi untuk mencapai keberhasilan atau tujuan usaha yang diinginkan.

Akan tetapi dari hasil penelitian ini terdapat beberapa variasi hasil yang ada, sesuai dengan pengkategorian yang telah peneliti lakukan mulai dari usia, tingkat pendidikan, dan lama menjalankan usaha. Sehingga dari hasil penelitian yang peneliti lakukan didapatkan bahwa ada yang mempunyai hubungan positive dan negative, semakin tinggi tingkat kreativitas verbal distributor maka semakin rendah tingkat motivasi berprestasinya dan apabila tingkat kreativitas verbal rendah maka tingkat motivasi berprestasi tinggi, dan juga semakin tinggi tingkat kreatifitas verbal maka semakin tinggi tingkat motifasi berprestasi dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa dalam menjalankan bisnis ini distributor harus melakukan kegiatan yang telah disediakan oleh support sistemnya sehingga memberikan suatu kemudahan dan pilihan kepada distributor untuk melakukan bisnis kapan saja, dimana saja kepada siapa saja sehingga yang berperan penting dalam hal ini adalah motivasi berprestasi. Sedangkan salah satu dari kegiatan tersebut distributor harus melakukan promosi yang dilakukan sendiri dalam hal ini distributor diberikan pelatihan oleh rekan kerja atas agar distributor baru ini dapat melakukan promosi atau presentasi sendiri sehingga distributor mendapatkan kemampuan untuk melakukan presentasi secara kreatif atau secara monoton sesuai dengan presentasi yang telah dicontohkan oleh rekan kerja lainnya.

Dari hasil penelitian diatas menunjukkan Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi dengan angka sebesar  $-0,140$  dengan  $p = 0,461$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -0,140^2 = 0,0197$  yang artinya ada sumbangan efektif 1,97% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis yang ada ditolak karena semakin tinggi tingkat kreativitas verbal maka semakin rendah tingkat motivasi berprestasi distributor High Desert, sehubungan dengan demografi responden peneliti

mencoba mengkorelasikan tingkat kreativitas Verbal dengan motivasi berprestasi sesuai dengan klasifikasi demografi responden sehingga mendapatkan hasil yang berbeda antara lain sebagai berikut

Usia merupakan waktu yang telah di tempuh oleh manusia, dari sisi inilah seseorang dapat dilihat telah memiliki proses dan memiliki pengalaman yang bermacam-macam, semakin panjang usia yang ditempuh seseorang dapat dikatakan semakin banyak pengalaman dan jumlah kata yang telah terekam.

Hasil dari korelasi yang di lihat dari demografi responden menunjukkan hubungan korelasi adalah semakin tinggi tingkat kreativitas verbal semakin tinggi tingkat motivasi berprestasi dan sebaliknya, terlihat pada usia 17-30 tahun, 41- 50 tahun dan 51-70 tahun sedangkan pada 31-40 tahun memiliki korelasi yang negatif yang dapat di lihat pada paparan data sebagai berikut:

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi tingkat Usia 17-30 tahun menunjukkan angka sebesar ,065 dengan  $p = 0,834$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah positif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = ,065^2 = ,00422$  yang artinya ada sumbangan efektif 0,45% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini menunjukkan

bahwa hubungan positif kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi sangatlah lemah .

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi dari tingkat usia 31-40 menunjukkan angka sebesar  $-0,390$  dengan  $p = 0,234$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -0,390^2 = 0,152$  yang artinya ada sumbangan efektif 15,2% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini berarti bahwa variabel kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi mempunyai hubungan negatif yang tidak terlalu kuat dengan jumlah  $r = 0,152$  .

Hasil korelasi antara kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi pada Usia 41-50 menunjukkan angka sebesar  $0,655$  dengan  $p = 0,546$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah positif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = 0,655^2 = 0,429$  yang artinya ada sumbangan efektif 42,9% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi.

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi pada usia 51-70 tahun menunjukkan angka sebesar  $0$  dengan  $p = 1$  hal ini berarti kedua variabel di atas tidak memiliki hubungan sama sekali dikarenakan angka korelasi  $0$ .

Pendidikan merupakan suatu usaha, untuk meningkatkan kualitas dari manusia dan disana tempat terkumpulnya suatu kelompok yang mempunyai visi dan misi sesuai dengan tingkat dan kebutuhan masing-masing sesuai dengan jenjang yang di tempuh. Mengingat persyaratan untuk menjadi seorang distributor tidak memerlukan klasifikasi jenjang pendidikan tertentu oleh karena itu yang terjaring menjadi responden penelitian ini di mula dari tingkat pendidikan SMP, SMA, D3, dan Perguruan Tinggi.

Hasil dari korelasi yang di lihat dari demografi responden menunjukkan hubungan korelasi adalah semakin tinggi tingkat kreativitas verbal semakin rendah tingkat motivasi berprestasi dan sebaliknya, terlihat pada jenjang SMA, D3, dan Perguruan Tinggi yang dapat di lihat pada paparan data sebagai berikut:

Korelasi Antara Tingkat Kreativitas Verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan PT

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi berdasarkan tingkat pendidikan PT menunjukkan angka sebesar sebesar  $-0,101$  dengan  $p = 0,647$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -0,101^2 = 0,010$  yang artinya ada sumbangan efektif 1% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini berarti

bahwa kreatifitas verbal dengan motivasi berprestasi mempunyai hubungan yang negatif dan tidak terlalu kuat.

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan D3 menunjukkan angka sebesar -1 dengan  $p = 0$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -1^2 = 1$  yang artinya ada sumbangan efektif 100% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan tingkat Pendidikan SMA menunjukkan angka sebesar -396 dengan  $p = 0,604$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -396^2 = 0,156$  yang artinya ada sumbangan efektif 15,6% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini berarti bahwa hubungan kreativitas dengan motivasi berprestasi adalah Negatif

Wirausaha berasal dari kata bahasa perancis yaitu *Entrepreneur* pada abad 17 yang berarti sebagai orang yang menanggung resiko untung rugi dalam mengadakan kontrak pekerjaan dengan pemerintah<sup>61</sup>, dan di Amerika istilah *Entrepreneur* memberikan gambaran yang berbeda ialah:

---

<sup>61</sup>Alam.Buchari, Dr, (2006) Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta : Bandung hlm: 20

orang yang mengambil resiko, berani menghadapi ketidakpastian, membuat rencana kegiatan sendiri, dengan semangat kebangsaan melakukan kebangkitan dalam tugas, menciptakan kegiatan usaha dan kegiatan industri yang sebelumnya tidak ada,<sup>62</sup> sehingga Jean Baptist Say mengatakan *entrepreneur* memiliki definisi berasal dari fungsi penggabungan dari faktor-faktor produksi dan perlengkapan manajemen yang kontinu dan selain itu juga sebagai penanggung resiko<sup>63</sup> sehingga seorang wirausaha harus memiliki beberapa kriteria diantaranya: percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambil resiko, kepemimpinan, keorisinilan berorientasi pada masa depan dan kreativitas. Dari sinilah untuk melihat seberapa berhasil seorang pengusaha dapat guja dilihat dari sisi lama menjalankan suatu usaha atau jam terbang semakin lama seseorang semakin tahu pengusaha tersebut semakin banyak pengalaman dan jam terbang yang dia dapatkan

Hasil dari korelasi yang di lihat dari demografi responden lama menjalankan usaha positif pada 1-5 tahun dan negatif pada 6- 10 tahun yang dapat di lihat pada paparan data sebagai berikut:

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 1-5 tahun menunjukkan angka sebesar .039 dengan  $p = 0,864$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah positif karena  $p > 0,050$  dan dari hasil tersebut juga

---

<sup>62</sup> Ibid hlm 21-22

<sup>63</sup> Ibid hlm 20-25

diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = ,039^2 = ,0015$  yang artinya ada sumbangan efektif 0,15% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini berarti bahwa lemahnya hubungan antara kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi karena  $r$  semakin mendekati 0

Hasil korelasi kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha 6-10 menunjukkan angka sebesar sebesar  $-0,788$  dengan  $p = 0,020$  hal ini berarti bahwa hubungan antara keduanya adalah negatif karena  $p < 0,050$  dan dari hasil tersebut juga diketahui koefisien determinannya sebesar  $r^2 = -,788^2 = ,620$  yang artinya ada sumbangan efektif 62% variabel kreativitas verbal dengan semua aspek yang terkandung didalamnya terhadap motivasi berprestasi. Hal ini berarti bahwa ada hubungan negatif yang signifikan

Dari beberapa hasil korelasi yang ada sangatlah bervariasi akan tetapi koefisien korelasi  $r$  dapat dianggap sebagai pengukuran yang dianggap sebagai pengukuran yang berguna tentang hubungan  $X$  dan  $Y$  akan tetapi apabila  $r$  mendekati 0 berarti tidak ada hubungan antara  $X$  dan  $Y$ . Bila  $r$  mendekati 1 atau  $-1$  berarti mempunyai hubungan erat dengan  $Y$ .<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Dajan antok. 1983, *Pengantar Metode statistik Jilid 1*. LP3ES.: Jakarta

Pada umumnya hubungan fungsional antara variabel dan koefisien korelasi tidak memberi dugaan tentang adanya hubungan kausal antara variabel yang bersangkutan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian yang telah dicapai oleh peneliti menunjukkan bahwa dari 30 responden menunjukkan kreativitas Verbal pada distributor High Desert Malang adalah dalam kategori sedang (83%) yang artinya mereka memiliki kreativitas Verbal yang cukup.
2. Hasil penelitian yang telah dicapai oleh peneliti menunjukkan bahwa dari 30 responden distributor menunjukkan motivasi berprestasi High Desert Malang dalam kategori sedang (60%) yang artinya mereka juga memiliki motivasi berprestasi yang cukup
3. Dilihat dari korelasi dengan menggunakan bantuan *SPSS* Dari analisis data tentang kreativitas verbal dan motivasi berprestasi dengan menggunakan analisis korelasi product moment di dapat  $r_{xy} < r_{\text{tabel}}$  yang berarti hipotesa yang berbunyi "Adanya hubungan positif antara kreativitas verbal dengan motivasi berprestasi pada distributor High Desert Malang" **ditolak**. Hal ini berarti jika semakin tinggi kreativitas maka semakin rendah tingkat motivasi berprestasi atau semakin rendah kreativitas verbal maka semakin tinggi tingkat motivasi berprestasinya.

#### B. Saran

Agar tujuan perusahaan secara umum dapat tercapai dengan prestasi yang bisa dibanggakan maka perlu adanya masukan yang membangun bagi semua pihak yaitu:

### 1. **Bagi Suportsistem dan Stokis**

- a. Agar lebih memberikan kesempatan seluas-luasnya untuk para peneliti dalam melakukan penelitian tentang High Desert yang berikutnya, sehingga High Desert dapat dikenal oleh masyarakat menjadi suatu prospek perusahaan kedepannya.
- b. Agar masing-masing depo dan stokis dapat mengeluarkan surat dan sejenisnya sehingga dapat di jadikan bukti telah melakukan penelitian di depo atau stokis tersebut.

### 2. **Bagi Distributor**

Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui untuk distributor mengenalkan MLM High Desert merupakan proses dari prospekting yang disebut kreativitas verbal. Sedangkan motivasi berprestasi adalah suatu dorongan yang pada distributor untuk mencapai suatu tujuan dan juga sebagai sikap dalam bekerja membangun jaringan, sesuai dengan kaset prospecting yang di sampaikan oleh Ibu Anggraini yang berbunyi *Prospecting* tidak akan berfungsi tanpa *follow up*.

### 3. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Perlu diadakan penelitian lagi dengan jumlah sampel yang lebih besar serta penggunaan variable-variabel lain yang dapat dipakai agar teori ini dapat semakin terbukti di dunia nyata serta hasilnya dapat digeneralisasikan dengan wilayah yang lebih luas lagi.

## Daftar Pustaka

- Alam, Buchari, Dr, 2006 *Kewirausahaan*. Bandung. Alfabeta : Bandung
- Arikunto, *Prosedur penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta,1998)
- Azwar, Syaifudin.1999. *Penyusunan skala psikologi*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta
- Chaplin, J.P., 2001 *Kamus Lengkap Psikologi*, (terj. Kartini Kartono, Jakarta: Rajawali Press,
- Dajan, Antok. 1983, *Pengantar Metode Statistik Jilid 1*.LP3ES.: Jakarta
- Fatihatus Maricha 2002, pengaruh kreativitas verbal terhadap prestasi belajar siswa kelas I Madrasah Aliyah Negeri 3 Malang. Skripsi, fakultas psikologi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Malang
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan aplikasinya*. Ghalia Indonesia: Jakarta
- Johanes, Papu, 2001. *Menumbuhkan Kretivitas di Tempat Kerja* Jakarta, www. e-Psikologi
- Kotler, P., 1995, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Indonesia, Salemba Empat Prentice Hall, Jakarta
- Koenntaraningrat, 1993, *Metode Penelitian Masyarakat*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kiyosaki, Robert T, 2005, *Business School*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Kartini, Kartono, 1996, *Pengantar metodologi Riset Sosial*,(Bandung: CV Mandar Maju

- Prasetyo, Bambang dkk, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Rajawali Pers: Jakarta
- Suharman, Prof. Dr, M.S, 2005, *Psikologi Kognitif*, Srikandi: Jombang
- Sitrisno, Hadi 2000. *Metode Research*. Jilid II. Andi Offset: Yogyakarta
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta:Bandung,
- Undang-undang Pendidikan Republik Indonesia nomor 2 tahun 1989
- Winarsunu, Tulus. 1996. *Statistik 1 dan 2 Teori Dan Aplikasinya Dalam Penelitian*. UMM Press: Malang
- Wulyo, Drs., 1990,*Kamus Psikologi*, Bintang Pelajar :Jawa Timur
- Moch.Nurul Huda 2007. *Hubungan antara Motivasi Belajar Dengan Prokrastinasi Akademik Pada Siswa MTs Mifathul Ulum Ngingit Tumpang Malang*. Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang
- Nur AM .2008, [http:// klinis.wordpress.com, kreativitas-verbal/](http://klinis.wordpress.com/kreativitas-verbal/) Akses: 22 November 2008
- Ismatul Izza. 2008, *Hubungan Motivasi Kerja Dengan Perilaku Prokrastinasi Pada Karyawan Pt Ramayana Lestari Sentosa, Tbk Malang*. Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang