

KEPEMIMPINAN KREATIF CV.GOLDY PRIME

Axel Antony

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: yunero999@gmail.com

Abstrak - Indonesia adalah salah satu negara yang tergolong memiliki pangsa pasar yang besar dengan kemudahan masuknya suatu produk di Indonesia memberikan dampak persaingan yang semakin ketat sehingga perusahaan yang dapat bertahan adalah perusahaan yang bisa menerima segala gangguan dari para pesaing. Oleh sebab itu ide kreatif harus terus dikembangkan agar dapat terus melangkah lebih maju dan terus mendorong pertumbuhan kinerja perusahaan baik dari dalam maupun luar. Yang menjadi subjek penelitian ini adalah CV. Goldy Prime, yaitu salah satu perusahaan distributor yang berada di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kepemimpinan kreatif pada CV. Goldy Prime. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif, sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan sekunder, pengumpulan data untuk analisa menggunakan wawancara, dan hasil wawancara kemudian diuji menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dampak dari kepemimpinan kreatif dapat membawa pengaruh baik terhadap situasi dan kondisi perusahaan.

Kata kunci-Kepemimpinan, Kepemimpinan Kreatif, dan deskripsi Kepemimpinan Kreatif.

I. PENDAHULUAN

Kreativitas merupakan kata yang dihubungkan dengan kepandaian seseorang, dan pendapat ini tidak salah tetapi tidak semuanya benar. Banyak orang mengartikan kreativitas adalah sikap hidup dan perilaku, juga ada yang menghubungkan kreativitas dengan gagasan-gagasan baru dalam ilmu, teknologi dan pemecahan masalah berbagai bidang. Gagasan/ide itu sendiri merupakan rancangan yang tersusun dalam satu konsep kerja. Yang merupakan dasar bagi segala macam pengetahuan, baik sains maupun filsafat. Sekarang banyak orang percaya bahwa gagasan adalah suatu kekayaan intelektual seperti hak cipta atau paten.

Kreativitas dengan gagasan-gagasan baru yang ada dalam organisasi atau perusahaan memiliki keterikatan satu dengan yang lainnya. Sebuah kreativitas selalu dihubungkan dengan adanya suatu inovasi atau dengan kata lain membuat ide baru serta gagasan-gagasan yang dapat merubah system perusahaan menjadi lebih baik dapat juga meningkatkan kualitas SDM/produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Banyak cara yang dilakukan perusahaan agar karyawan-karyawan yang ada ikut andil dan ikut berpikir kreatif dalam menentukan sebuah gagasan-gagasan baru. Seperti yang kita ketahui, membuat suatu gagasan baru tidak harus berpaku pada seorang pemimpin sebuah perusahaan yang ada, dengan mengambil dan menggabungkan beberapa pendapat dari karyawan juga bisa menimbulkan gagasan yang mungkin jauh lebih inovatif.

Kepemimpinan kreatif menurut (Harris, 2008). Organisasi yang berhasil melepaskan bakat adalah mereka yang berfokus pada pengembangan individu dan pengetahuan. Organisasi-organisasi ini aktif mendistribusikan kepemimpinan untuk menciptakan ruang dan kesempatan untuk terus berkembang. Sebagai contoh Dahlan Iskan, Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara bekas direktur utama PLN. Dahlan Iskan menjadi salah satu dari 25 penerima penghargaan (*Inspiring Leader*) Award dari harian seputar Indonesia koran Sindo. Keteladanan dan komitmen Dahlan Iskan dalam memimpin BUMN dibidang kelistrikan hanya dalam kurun 2 tahun terakhir, Dahlan Iskan mengubah semua sistem yang dinilai membawa banyak perubahan positif. Dahlan Iskan berhasil membangun dan memperbaiki pelayanan PLN dalam menyediakan pasokan listrik secara nasional.

CV. Goldy Prime adalah perusahaan yang bergerak dibidang distributor minyak goreng, kecap manis, gula, dan beras, pemilik CV. Goldy Prime ini adalah Maria Titik Kurniawati yang pada tahun 2006 sampai 2009 di jalankan sepenuhnya oleh Maria Titik Kurniawati. Pada tahun 2010 sampai 2011 di jalankan bersama dengan anaknya yaitu Johannes Hadi. Pada tahun 2012 sampai 2013 Johannes Hadi menjalankan perusahaannya sendiri, yang dimana mengalami peningkatan omzet dari 37,3 juta mencapai 92,7 juta, hal ini sangat menarik bila kita bisa mengetahui rahasia kepemimpinan Johannes Hadi. Dari kepemimpinan kreatif yang dilakukan oleh Johannes Hadi sebagai direktur utama CV Goldy Prime di dalam lingkungan perusahaannya, membuat banyak perubahan yang sanggup membuat pertumbuhan perusahaan menjadi lebih baik dan juga banyak ide yang bermunculan dan membantu membawa perubahan tersebut.

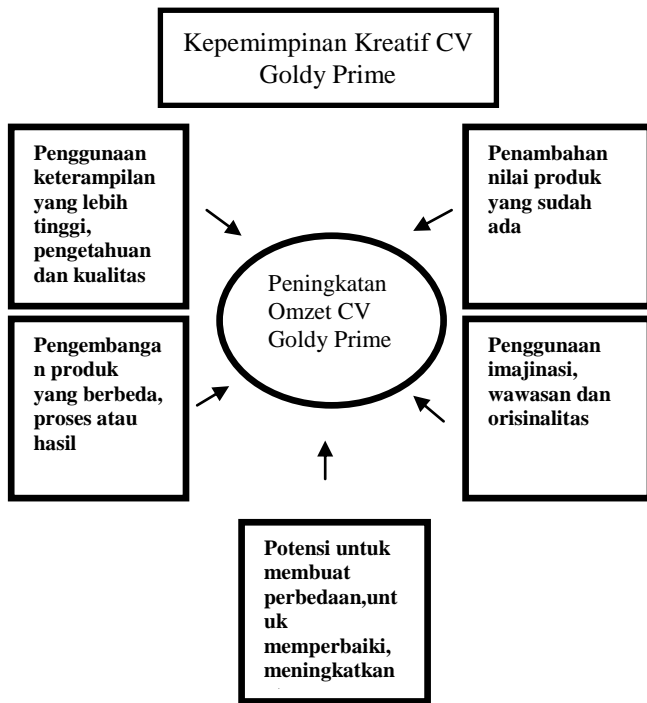
Dalam suatu organisasi, kepemimpinan merupakan salah satu faktor utama yang mendukung kesuksesan organisasi dalam mencapai tujuan. Kepemimpinan dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi suatu kelompok yang terorganisasi untuk mencapai tujuan bersama. Kepemimpinan merupakan suatu fenomena kompleks yang melibatkan tiga hal utama, yakni pemimpin, pengikut, dan situasi.

Sebagian orang dilahirkan sebagai pemimpin, yang bisa memberikan sebuah keputusan yang tepat dan mampu bekerja dalam sebuah organisasi serta cepat dalam memberi sebuah keputusan. Kepemimpinan diartikan sebagai proses mempengaruhi dan mengarahkan para pegawai dalam melakukan pekerjaan yang telah ditugaskan kepada mereka.

Setiap individu memiliki sifat dan karakter yang berbeda begitu juga, seorang pemimpin memiliki gaya yang berbeda satu dengan yang lainnya. Definisi gaya kepemimpinan

menurut (Thoha, 2007) adalah norma perilaku yang digunakan oleh seseorang pada saat orang tersebut berusaha memengaruhi perilaku orang lain seperti yang ia lihat.. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kepemimpinan kreatif pada CV. Goldy Prime.

Kerangka berpikir



Gambar 1. Kerangka berpikir
 Sumber: John West Burham (2008); diolah kembali

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2013, p. 15), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Pada penelitian kualitatif, memiliki tujuan utama mengumpulkan data deskriptif yang mendeskripsikan objek penelitian secara rinci dan mendalam dengan maksud mengembangkan konsep atau pemahaman dari suatu gejala.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena ingin mengetahui dan mendeskripsikan kepemimpinan kreatif CV Goldy Prime.

Definisi Konseptual

penggunaan imajinasi, wawasan dan orisinalitas,

- adalah pola pikir seseorang yang mengubah suatu yang belum ada atau sudah ada menjadi terwujud.

pengembangan produk yang berbeda, proses atau hasil

- adalah kegiatan yang dilakukan untuk merubah produk atau proses yang ada menjadi lebih bermutu atau berkualitas.

penambahan nilai produk atau proses yang ada

- adalah tingkat lanjutan perkembangan suatu barang atau proses dimana bertujuan untuk menambahkan nilai produk atau jasa tersebut.

penggunaan yang lebih tinggi ketrampilan order, pengetahuan dan kualitas

- adalah dorongan dari dalam seseorang untuk meningkatkan suatu ide atau pemikiran yang lebih tajam.

potensi untuk membuat perbedaan, untuk memperbaiki, meningkatkan atau memperkaya

- adalah suatu usaha yang dilakukan seseorang untuk melakukan peningkatan potensi yang sudah terlihat atau yang belum terlihat.

Informan Penelitian

Karakteristik Informan Penelitian

Metode penentuan informan yang digunakan adalah menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu misalnya orang tersebut dianggap paling tahu hal apa saja yang ingin diketahui. Adapun informan dalam perusahaan ini yaitu :

1. Maria Titik Kurniawati sebagai pemilik CV. Goldy Prime . Maria yang mengetahui secara keseluruhan tentang perusahaan dan bertanggung jawab penuh terhadap kualitas produk.
2. Johannes Hadi sebagai direktur utama. Johannes mengetahui secara keseluruhan operasional perusahaan serta Johannes juga yang bertugas untuk mengambil keputusan dalam perusahaan yang berhubungan langsung dengan operasional perusahaan.
3. Daniel Oktavianus sebagai kepala gudang dari CV. Goldy Prime yang bertanggung jawab penuh terhadap gudang dan stok barang.

Metode pengambilan data

Wawancara

Metode pengumpulan data merupakan faktor penting untuk keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan.

Untuk mengumpulkan data dari sampel penelitian, dilakukan dengan metode tertentu sesuai dengan tujuannya. Metode yang digunakan peneliti yaitu:

Wawancara adalah teknik pengumpulan data atau informasi dari seorang informan yang sudah ditetapkan dan dilakukan dengan cara tanya jawab sepihak tetapi sistematis atas dasar tujuan penelitian yang hendak dicapai.

Kelebihan wawancara antara lain: menciptakan hubungan baik di antara dua pihak terlibat (informan dan pewawancara) dan menyediakan informasi yang dibutuhkan.

Kekurangan wawancara adalah membutuhkan waktu yang lama, biaya besar jika responden yang akan diwawancarai berada di beberapa daerah terpisah, informan bisa saja meragukan kerahasiaan informasi yang diberikan

Triangulasi Data

Triangulasi adalah proses membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. (Bungin, 2003) Metode triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. ada 4 macam triangulasi sebagai:

1. Teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber.
2. Teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan metode.
3. Teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan penyidik.
4. Teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan teori.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber , yaitu dengan membandingkan atau mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan pengamatan hasil wawancara, dan membandingkan hasil wawancara dengan data-data tertulis yang dimiliki oleh perusahaan.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah teknik penelitian untuk membuat referensi yang dapat ditiru dengan memperhatikan konteksnya. Analisis data berhubungan dengan komunikasi atau isi komunikasi. Logika dasar dalam komunikasi, bahwa setiap komunikasi selalu berisi pesan, baik berupa verbal maupun non verbal.

1. Reduksi data
2. Penyajian data (*Data Display*)
3. Penarikan serta Pengujian Kesimpulan (*Drawing and Verifying Conclusion*).

Ketika memasuki tahap analisis data, seluruh data yang diperoleh oleh peneliti dari wawancara, pengamatan dari pencatatan yang ada di lapangan, dokumen-dokumen perusahaan atau data perusahaan, dibaca, dipelajari dan ditelaah keterkaitannya satu sama lain. Peneliti juga melakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan berdasarkan panduan wawancara yang ditulis langsung, dan melalui observasi pada perusahaan, setelah itu peneliti akan melakukan evaluasi terhadap data – data yang telah diperoleh, apakah semua data yang diperlukan telah terpenuhi semua.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat Perusahaan

Awal berdirinya Goldy Prime adalah tanggal 6 Februari 2006, *CV.Goldy Prime* didirikan oleh Honggo Purnomo dan Maria Titik Kurniawati. Honggo Purnomo merupakan kelahiran surabaya pada bulan November 1953 dan Maria Titik Kurniawati juga merupakan kelahiran Surabaya tapi pada bulan September 1959. *CV. Goldy Prime* merupakan perusahaan distributor di bidang pangan yang di mulai dari pengambilan barang dari supplier lain atau pabrik lalu di jual lagi. Lalu dikembangkan oleh Maria Titik Kurniawati sampai

sekarang yang bisa berkembang serta pada sekarang ini sudah bisa membuat produk sendiri dan bisa bersaing di pasaran. *CV.Goldy Prime* sudah mengalami Jatuh bangun di mulai dari omzet atau penjualan yang meledak hingga hampir bangkrut tetapi *CV.Goldy Prime* bisa bangkit dan terus maju di saat persaingan sekarang ini yang semakin ketat.

Visi perusahaan

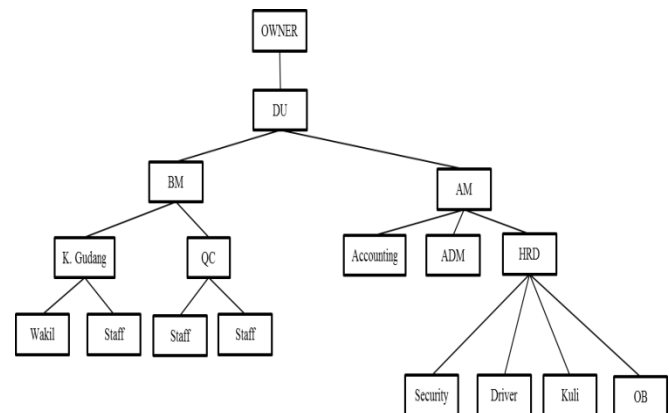
Menjadikan perusahaan yang unggul dan tangguh dalam menghadapi berbagai persaingan global.

Misi Perusahaan

- Terus meningkatkan produksi dan kinerja.
- Mengutamakan mutu dan pelayanan demi kepuasan pelanggan.
- Terus berkembang dan maju di dalam perubahan jaman.

Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan hal penting dalam sebuah organisasi dan menentukan struktur yang tepat dan sesuai dengan perusahaan bukanlah hal yang mudah, dengan struktur yang baik maka pencapaian visi dan misi perusahaan menjadi lebih terstruktur. Dan struktur organisasi juga membantu untuk mengetahui dengan jelas jabatan – jabatan yang ada sehingga karyawan bisa mengetahui dengan jelas apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab yang harus di lakukan. Berikut struktur organisasi *CV. Prime Goldy*:



Gambar 2. Struktur Organisasi *CV.Goldy Prime*
 Sumber : CV. Goldy Prime Surabaya

Pengembangan produk yang berbeda, proses atau hasil

Pada mulanya CV. Goldy Prime bergerak satu sektor pasar saja yaitu kelas premium / atas. Perusahaan mengalami peningkatan dan pergerakan *performance* perusahaan sangat bagus akan tetapi berkembangnya perubahan jaman yang dimana masyarakat mengalami penurunan dalam kemampuan daya beli sehingga banyak masyarakat yang beralih ke produk pengganti. Mereka kebanyakan tidak melihat lagi soal kualitas yang terpenting bagi mereka semua adalah mereka mampu dan memiliki daya beli untuk konsumsi kebutuhan mereka dalam keseharian, dari hal tersebut perusahaan mendapatkan dampak yang begitu besar yang mengakibatkan penurunan penjualan dalam pasar, banyak pesaing baru yang

masuk dan merusak harga pasar yang sehingga guncangan besar terjadi di sektor keuangan perusahaan. Sejak saat itu direktur utama pun mengalami pergantian dan dalam beberapa bulan akhirnya beberapa keputusan di ambil johanes hadi untuk menggantikan kebijakan lama, berikut ide kreatif / kebijakan yang di ubah :

- Perusahaan menambahkan produk baru yang lebih bervariasi
- Perusahaan tidak hanya berfokus pada kelas atas saja, akan tetapi juga berfokus pada kelas menengah dan bawah
- Penurunan penyesuaian kualitas pada setiap pangsa pasar

Menurut Maria Titik Kurniawati, hasil dari perubahan tersebut membawa dampak besar yang dimana perusahaan mengalami kembali kejayaannya dalam persaingan pasar yang semakin ketat dan juga dalam kondisi kinerja perusahaan juga mengalami peningkatan karena selain produk bertambah variannya, perusahaan tidak monoton dalam memasarkan produk, sehingga para salesman sanggup menghadapi para pesaing yang memiliki banyak varian produk dalam kondisi pasar yang terus berubah.

Menurut Daniel Oktavianus, dulu hanya berfokus di satu produk saja akan tetapi sekarang varian semakin banyak sehingga masyarakat bisa menyesuaikan daya belinya dengan produk yang di tawarkan oleh perusahaan. Dari sisi lain perusahaan mengalami peningkatan omzet yang jauh lebih besar dari sebelumnya hal ini mengakibatkan pertumbuhan keuangan yang sangat maju di dalam perusahaan.

Penggunaan keterampilan yang lebih tinggi, pengetahuan dan kualitas

Perusahaan Goldy Prime memiliki banyak sekali karyawan sehingga pengaturan karyawan dalam hal *job desk* terkadang masih tidak teratur, sejak pergantian direktur utama yang sekarang di ambil alih oleh Johannes Hadi banyak sistem yang di ubah dalam pengaturan karyawan dan prosedur yang sudah ada di ubah untuk memberikan sistem yang lebih ketat dan disiplin. *Downsizing* juga dilakukan untuk mengurangi pengeluaran perusahaan, perusahaan melakukan PHK karena banyak kecurangan di setiap divisi yang ada sehingga perusahaan perlu memperkecil skala karyawan yang ada, sehingga karyawan yang ada bisa melakukan pekerjaan/ *job desk* yang diberikan lebih maksimal. Selain itu perubahan lain yang dilakukan oleh Johannes Hadi, berikut ide kreatif / kebijakan yang di ubah :

- Penambahan job desk di setiap karyawan untuk memperkecil pengeluaran perusahaan
- Memperketat kinerja divisi yang ada dan memisahkan setiap divisi agar tidak ada kecurangan (kepala gudang dan QC)
- Penempatan bahan baku dipisah tidak dicampur
- Pemberian pelatihan lebih untuk para salesman

- Setiap ada pengurangan kerugian kehilangan barang setiap bulan ada bonus tertentu

Menurut Maria Titik Kurniawati, dampak dari perubahan tersebut sangat terasa pada divisi produksi, pergantian tenaga manusia ke mesin sangat berdampak besar dari jumlah unit yang dihasilkan dalam satu harinya, sehingga perusahaan tidak perlu untuk merekrut pegawai lepas dari luar untuk menambah tenaga kerja agar jumlah unit yang dibutuhkan pasar dapat terpenuhi. Sejak pergantian ke tenaga mesin, karyawan tetap dipakai untuk operator dan beberapa tugas yang tidak bisa dilakukan oleh mesin. Dari hal tersebut perusahaan dapat menembus pasar luar pulau dan beberapa kota yang belum pernah mereka jangkau. Dampak perusahaan melakukan *downsizing* pengeluaran perusahaan semakin minimum hal tersebut mempengaruhi laporan keuangan perusahaan yang semakin sehat, dan perusahaan mampu dalam pengirisan di setiap divisi yang ada sehingga perkembangan untuk penambahan anak cabang dapat dilakukan untuk memperluas jangkauan pemasaran yang ada.

Menurut Daniel Oktavianus. Dalam pemisahan setiap divisi, telah banyak terjadi kecurangan dalam divisi tertentu yang mengakibatkan kerugian financial terhadap perusahaan sehingga melakukan pemisahan supaya tidak ada kerjasama dengan divisi lainnya, kinerja untuk kepala gudang seluruhnya langsung di awasi langsung oleh BM dan AM, jadi setiap barang masuk atau keluar langsung melakukan laporan ke atasan selain itu pemisahan bahan baku dilakukan untuk mempermudah penghitungan dan tindak kecurangan oleh karyawan, dulunya penempatan bahan baku di jadikan satu dan tidak diberikan jarak tetapi sekarang dipisah dan setiap tumpukan diberikan renggang jarak minimal dua orang berdiri fungsinya agar lebih mudah dalam pengecekan barang yang ada dan sekaligus untuk mengawasi barang yang ada di gudang. Setiap bulan perusahaan mengantisipasi untuk segala jenis kecurangan yang di lakukan oleh oknum tertentu dalam perusahaan sehingga perusahaan mengatasi dengan cara, misal dalam sebulan maksimal kehilangan dua juta rupiah, direktur utama menekankan BM dan AM agar tindak kecurangan berkurang dibawah maksimal kehilangan apa bila kehilangan dalam sebulan di bawah dua juta maka sisanya dibagikan kepada mereka, penekanan di setiap divisi berguna untuk memperketat kinerja mereka agar dapat maksimal dan segala tindak kecurangan juga bisa lebih di atasi dari pada sebelumnya.

Potensi untuk membuat perbedaan, untuk memperbaiki, meningkatkan atau memperkaya

Kebanyakan perusahaan mempromosikan produk baru mereka dengan mengiklankan produk mereka ke berbagai media seperti televisi, radio, koran, website, poster, selebaran, menyewa artis terkenal, ikut dan turut serta dalam kegiatan - kegiatan tertentu dan sebagainya. Terkadang mereka mempromosikan produk baru mereka dengan menempel dengan perusahaan raksasa agar mereka dapat bekerja sama dalam hal pemasaran. Akan tetapi biaya yang di keluarkan oleh perusahaan tidaklah murah apa lagi produk baru yang belum ada maupun sudah ada terkadang mengalami masalah juga untuk dapat dikenal luas di

pasaran. Dalam hal ini banyak sekali baik lembaga, perusahaan yang terus berlomba - lomba dalam promosi dan banyak sekali inovasi yang mereka lakukan untuk menyaingi satu sama lain. Akan tetapi yang dilakukan oleh perusahaan CV. Goldy Prime sangat unik dan tidak banyak perusahaan melakukannya, karena keunikan tersebut membuat perusahaan mengalami peningkatan dalam hal pemasaran produk, berikut ide kreatif / kebijakan yang dilakukan oleh Johannes Hadi dalam mengembangkan promosi :

- Promosi dilakukan langsung ke konsumen
- Mempromosikan melalui acara - acara yang mengarah langsung ke rakyat
- Pembagian kecap gratis kepada para karyawan

Menurut Maria Titik Kurniawati yang penulis wawancarai, promosi yang dilakukan oleh perusahaan dengan metode *business to consumer* sangat berpengaruh besar terhadap perluasan pasar perusahaan, dengan melakukan *business to consumer* perusahaan langsung terjun ke beberapa lokasi yang berpotensi untuk mempromosikan produk mereka, selain itu mereka juga melakukan promosi dengan mengadakan acara - acara seperti mensponsori acara kampung contohnya tujuh belasan, mengadakan acara dangdut, langsung masuk ke pasar tradisional, promosi dengan mobil keliling. Hal tersebut ternyata mendapatkan tanggapan positif oleh masyarakat yang dimana produk perusahaan juga dapat berkembang dari segi pemasaran, karena perusahaan langsung memberikan pelayanan dan masyarakat lebih terbuka akan hal itu sehingga promosi yang seperti itu ternyata sangat efektif untuk memperkenalkan produk baru dibandingkan dengan mengiklankan lewat media massa yang memerlukan daya yang besar. Dengan metode *business to consumer* perusahaan dapat langsung melakukan pendekatan secara personal dengan hal itu perusahaan dapat memperoleh kepercayaan dari segi kualitas barang yang mereka miliki sehingga masyarakat dengan mudah menerima adanya produk baru yang sebelumnya mereka tidak mengenal bahkan tidak mengetahui adanya produk tersebut

Menurut Daniel Oktavianus, dari hal tersebut mempengaruhi kecepatan produksi dan mendorong perusahaan dalam menyediakan produk yang dibutuhkan sehingga pergerakan perusahaan pada saat itu sangat bagus sampai terkadang kemampuan produksi perusahaan kalah dengan permintaan pasar karena begitu besar pergerakan permintaan pasar atas produk CV Goldy Prime. Untuk hal pembagian gratis untuk para karyawan diharapkan ada promosi langsung dari mulut ke mulut melalui para sanak keluarganya sehingga dengan begitu perusahaan mendapatkan promosi gratis secara langsung. Perusahaan tidak lagi mengeluarkan biaya yang tidak perlu sehingga perusahaan dapat memanfaatkan biaya tersebut untuk keperluan lainnya.

Penggunaan imajinasi, wawasan dan orisinalitas

Dalam hal penggunaan imajinasi, wawasan dan orisinalitas, perusahaan lebih terus mencari cara agar dapat menekan terus biaya yang mereka keluarkan, dengan peningkatan inflasi dan sumber daya yang lain banyak perusahaan yang terus

berlomba untuk mengganti barang bahan baku agar harga untuk biaya produksi tetap stabil bahkan lebih murah dengan tujuan agar produk jadi di setiap perusahaan tidak mahal / mengalami peningkatan harga yang terlalu melambung naik dan diharapkan masyarakat masih memiliki kemampuan daya beli untuk produk perusahaan, berikut ide kreatif / kebijakan yang dilakukan oleh Johannes Hadi dalam mengembangkan hal tersebut :

- Melakukan tantangan untuk penukaran botol dan tutup botol
- Memberikan *reward* uang, kulkas, televisi, dispenser, gelas, kotak tisu, dengan jumlah tutup botol atau botol yang sudah ditentukan perusahaan

Menurut maria, setelah pelaksanaan ide tersebut dalam bulan pertama tidaklah begitu berdampak besar akan tetapi dalam beberapa bulan kedepan hasilnya cukup memuaskan dan tidak sedikit orang yang bisa mengumpulkan *reward* tersebut ada yang dengan jumlah besar ada pula dengan jumlah kecil akan tetapi hal tersebut membantu perusahaan untuk penghitungan jumlah produk yang sudah dijual oleh perusahaan disuatu daerah. Contoh: si A melakukan penukaran tutup botol sejumlah seribu di daerah Mojokerto dan si A langsung mendapatkan *reward* yang sudah dijanjikan perusahaan. Maka perusahaan dapat mencatat bahwa seribu botol produk perusahaan sudah tersebar di daerah Mojokerto, hal ini membantu dalam penghitungan jumlah barang yang sudah keluar dan sudah dikonsumsi oleh konsumen.

Menurut Daniel Oktavianus, untuk penukaran botol pun juga terasa dampaknya karena perusahaan tidak perlu lagi membeli botol baru untuk produk mereka, dengan adanya penukaran *reward* untuk jumlah botol tertentu, perusahaan bisa memakai kembali botol bekas tersebut untuk dicuci dan di isi ulang produk mereka sehingga biaya mereka yang seharusnya untuk pembelian botol baru hanya terpakai untuk pencucian botol dan pemberian *reward* tersebut. Ide kreatif tersebut juga sangat membantu sekali dalam kondisi keuangan perusahaan yang dimana banyak harga bahan baku meningkat dan ada beberapa bahan baku tidak bisa di gantikan.

Penambahan nilai produk yang sudah ada

Menurut Maria Titik Kurniawati, untuk penambahan nilai produk yang sudah ada, perusahaan tidak melakukannya karena untuk memunculkan suatu nilai yang sudah susah apa lagi penambahan nilai produk akan makin susah karena nilai yang sebelumnya bisa saja memerlukan waktu untuk dapat di terima oleh masyarakat, sehingga perusahaan tidak melakukannya.

Menurut Johannes Hadi, perusahaan lebih condong ke arah mempertahankan perusahaan dengan produk yang sudah ada. Produk perusahaan pun sudah banyak varian sehingga tidak perlu lagi untuk menambah nilai atas produk mereka.

Menurut Daniel Oktavianus, untuk soal penambahan nilai produk yang sudah ada, tidak perlu karena yang terpenting bagaimana perusahaan bisa memberikan suatu

produk berkualitas yang terus bisa memberikan nilai itu sendiri terhadap konsumen.

Untuk penambahan nilai produk yang sudah ada, perusahaan tidak melakukan banyak perubahan karena perusahaan ingin konsisten dengan apa yang sudah ada di produk saat ini karena selain konsumen sudah mengenal baik segi rasa ataupun *design*. Apabila melakukan perubahan atau penambahan nilai dari suatu produk yang ada tidaklah mudah karena perubahan tersebut belum tentu dapat di terima baik oleh para konsumen sehingga perusahaan menetapkan nilai yang sudah ada dan tidak menambahkannya lagi.

IV. KESIMPULAN / RINGKASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas menunjukkan bahwa pemimpin CV. Goldy Prime telah menerapkan kepemimpinan kreatif di perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari tindakan yang ditunjukkannya untuk perusahaan dan karyawan. Kepemimpinan kreatif yang dilakukan oleh pemimpin perusahaan, telah menjadikan perusahaan jauh lebih baik dalam perkembangannya. Pengembangan produk yang berbeda proses atau hasil, hal ini dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh pemimpin, yaitu perusahaan tidak hanya berfokus pada satu pangsa pasar saja dan perusahaan menambahkan produk baru yang lebih bervariasi. Dalam hal penggunaan keterampilan yang lebih tinggi, pengetahuan dan kualitas, hal ini dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh pemimpin, yaitu penambahan job desk dan melakukan *downsizing* untuk memperkecil pengeluaran, memisahkan setiap divisi agar tidak terjadi kecurangan dan ada bonus bulanan untuk pengurangan kerugian kehilangan barang setiap bulannya, penempatan bahan baku agar dipisah tidak dicampur dan memberikan pelatihan untuk para salesman. Dalam hal potensi untuk membuat perbedaan, untuk memperbaiki, meningkatkan atau memperkaya. Hal ini dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh pemimpin, yaitu promosi dilakukan langsung ke konsumen, promosi melalui acara-acara kecil dan pembagian kecap gratis kepada para karyawan. Dalam hal penggunaan imajinasi, wawasan dan orisinalitas, hal ini dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh pemimpin, yaitu melakukan tantangan untuk penukaran botol dan tutup botol, memberikan hadiah bonus. Dalam hal penambahan nilai produk yang sudah ada hal ini dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh pemimpin, yaitu perusahaan tidak melakukan banyak perubahan karena perusahaan ingin konsisten dengan apa yang sudah ada di produk saat ini karena selain konsumen sudah mengenal baik segi rasa ataupun *design*. Apabila melakukan perubahan atau penambahan nilai dari suatu produk yang ada tidaklah mudah karena perubahan tersebut belum tentu dapat di terima baik oleh para konsumen sehingga perusahaan menetapkan nilai yang sudah ada dan tidak menambahkannya lagi.

Saran

1. Dalam perkembangan jaman banyak produk yang sudah berkembang, misal produk mayonaise dulunya hanya rasa original sekarang berkembang menjadi mayonaise rasa pedas. mungkin dari produk yang sudah ada lebih di variasi lagi karena permintaan konsumen dan minat

konsumen banyak yang berubah mereka sukanya instan dan tidak repot dengan banyak produk.

2. Untuk perkembangan penggunaan mesin sudah bangun mungkin lebih prediksi untuk masa kedepan soalnya apa yang bisa dikerjakan oleh mesin belum tentu mesin sanggup melakukan.
3. Untuk potensi membuat perbedaan. Perusahaan sudah bagus melakukan terobosan yang belum tentu perusahaan lain lakukan. Saran saya terus lakukan terobosan karena banyak hal yang akan di tiru oleh perusahaan lain / organisasi lain apabila ada cara yang menguntungkan, sehingga perlu melakukan ide-ide kreatif lainnya agar bisa mengantisipasi kompetitor yang masuk di pasar.
4. Dalam penggunaan imajinasi, saran saya mungkin mereka yang suka mengumpulkan botol kecap diberikan reward lebih dan merekrut mereka, seolah-olah mereka bekerja dengan perusahaan tetapi dengan sistem freelance. Sehingga mereka terus semangat mengumpulkan botol bekas untuk produksi perusahaan.
5. Tetap mempertahankan produk yang sudah ada tidak masalah akan tetapi seiring jaman konsumen suka berubah - uabah, sehingga tetap perlu dalam inovasi produk entah dari segi model botol, design, warna sehingga ada konsumen tidak jenuh dengan produk yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Cropley, A. (1999). *Encyclopedia of Creativity Vol.1*. California: Academic Press.
- Djatmiko, Yayat Hayati, (2002), *Perilaku Organisasi*, Bandung: Alfabeta
- Harris, A. (2008) *Distributed leadership in schools: developing the leaders of tomorrow*. London: RoutledgeFalmer.
- Harris, A. (2008) *Distributed Leadership in school: developing the leader of tomor* London: RoutledgeFalmer.
- Harris, A., Leithwood, K., Day, C., Sammons, P. & Hopkins, D. (2007) 'Distributed leadership and organisational change: reviewing the evidence'. *Journal of Educational Change*, 8, 337-47.
- Hughes, R.L., Ginnet, R.C. & Curphy, G.J. (2006). *Leadership : enhancing the lessons of experience*, 4th : 288.
- Hurlock, E. (1993). *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*, Jakarta : Erlangga.
- John West Burnham. (2008) *Creative Leadership. Paper presented at the Internasional Symposium on the Art of Creative Leadership*, Bali.
- Basadur, M. (2004) 'Leading Other to Think innovatively together: Crative Leadership'. *Leadership Quarterly*, 15 (1), 103-21.
- Martin, A. (2007) *What's Next: The 2007 Changing Nature of Leadership Survey*. Center for Creative Leadership. See: <http://www.ccl.org>.
- Miftah Thoha. (2007). *Kepemimpinan dalam manajemen. Edisi 12*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

- Munandar, Utami (2009). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rasyid M Ryaas. (2000). *Makna Pemerintahan. Mutiara Sumber Widya*: Jakarta.
- Rivai Veithzal . (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Teori dan Praktik*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Roger (2009), *Kuasa dan Usaha di Masyarakat Sulawesi Selatan*, Ininnawa, Makassar.
- Sondang P. Sigian. (2002). *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta : Rineka
- Stoll, L. (2007) *Creative Leadership: a challenge of our times. Paper presented at the Internasional Congress for School Effectiveness and Improvement*, Auckland, New Zealand.
- Sugiyono (2006). *Metode Penelitian Bisnis Adimistrasi*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana. J (2002). "Peranan Pemimpin Informal Dalam Keberlanjutan Kelompok." [Tesis Mangister sains]. Bogor: Program Pasca Sarjana, Institut Pertanian Bogor.
- Trisnawati, Ernie (2005). *Pengantar Manajemen. Edisi Pertama*. Penerbit Prenada Media. Jakarta.
- Verschoor, I. H. Ph. Diederiks, (2006). *An Introduction to Air law, Chapter 4: "The Liability of the Carrier"*, Nederland, Deventer-Kluwer, Hal 19.
- Williams, Scott David. (2004). *Personality, attitude, and leader influences on divergent thinking and creativiy in organizations. European Journal of Innovation Management, Vol. 7 No. 3, pp. 187-204.*
- Zulkarnain (2002). *Hubungan Kontrol Diri dengan Kreatifitas Pekerja*. Falkutas Kedokteran Universitas Sumatera Utara.