

STRATEGI KEPEMIMPINAN ABAD 21: VISIONER, KREATIF, INOVATIF, DAN CERDAS EMOSI

Lailatul Isnaini

Widyaiswara BPSDM Provinsi Jambi

Email: anand.isnaini@gmail.com

Received: 12 April 2020

Revised: 21 Mei 2020

Aprovved: 02 Juni 2020

Abstract

The idea of 21st Century leadership goes from the view that leaders must recognize precisely and fully both about themselves and about the conditions and aspirations of the people they lead, the development and the strategic environmental problems encountered in various fields, especially in the field they do, as well as the paradigm And the organizational and management systems in which it plays a role. The leader's responsibility is to provide solutions wisely and precisely on the problems and challenges facing his time, which is done with the people he leads. Organizational leaders occupy a central position in the effort to promote their institutions. Therefore, one of the things that a leader must have is creativity and innovation of his organization, an effort to make positive new breakthroughs that make the organization better, more advanced and ready to face the 21st century. In addition to having a vision and intelligent Intelligently, leaders are also required to have other intelligence in the face of the complexity of the current problems are increasingly difficult to overcome, namely emotional intelligence (EI).

Keywords: *21st Century Leadership, visionary, creative, innovative, emotional intelligence.*

Abstrak

Pemikiran mengenai kepemimpinan Abad 21 beranjak dari pandangan bahwa pemimpin harus mengenali secara tepat dan utuh baik mengenai dirinya mau pun mengenai kondisi dan aspirasi orang-orang yang dipimpinya, perkembangan dan permasalahan lingkungan stratejik yang dihadapi dalam berbagai bidang, utamanya dalam bidang yang digelutinya, serta paradigma dan sistem organisasi dan manajemen di mana ia berperan. Tanggung jawab pemimpin adalah memberikan solusi secara arif dan tepat atas berbagai permasalahan dan tantangan yang dihadapi zamannya, yang dilakukan bersama dengan orang-orang yang dipimpinya. Pemimpin organisasi menempati posisi sentral dalam upaya memajukan lembaganya. Oleh karena itu, salah satu hal yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin adalah kreativitas dan melakukan inovasi terhadap organisasinya, yakni sebuah upaya melakukan terobosan-terobosan baru yang positif yang menjadikan organisasi lebih baik, lebih maju dan siap menghadapi abad 21. Selain mempunyai visi dan cerdas secara intelegensia, pemimpin juga dituntut memiliki kecerdasan lainnya dalam menghadapi kompleksitas permasalahan saat ini yang semakin sulit diatasi, yaitu kecerdasan emosional (EI).

Keywords: *Kepemimpinan Abad 21, visioner, kreatif, inovatif, kecerdasan emosional.*

PENDAHULUAN

Memasuki abad 21 akan menunjukkan tingkat kompleksitas, perubahan dan globalisasi (Bashori, 2020a), hal ini menjadi menarik oleh pikiran yang dengan memanfaatkan otak (atas dan bawah) untuk membuat prediksi-prediksi dalam rangka meraih peluang masa depan. Yang menjadi persoalan kita, model kepemimpinan yang bagaimana dapat memenuhi keinginan untuk mewujudkan impian dalam meraih peluang yang ada. Untuk dapat meraih peluang masa depan, maka seorang pemimpin masa depan yang disebut yang disebut dengan kepemimpinan abad 21, memiliki keterampilan, bakat kekuatan, dan kemampuan yang mampu mengintergrasikan otak atas (disebut juga otak kiri dan otak kanan) yang sering digambarkan sebagai “otak intelektual” dan otak bawah (disebut juga otak bawah sadar) yang digambarkan sebagai peran yang

mengendalikan emosi, sikap dan insting seseorang. Otak kanan merupakan otak yang berfungsi dan berperan pada kreativitas, sedangkan fungsi dan peran dari otak kiri adalah yang berhubungan dengan logika kita, yaitu kecerdasan akademik (Yuwono, 2010). Dengan demikian otak kanan akan memiliki keterampilan-keterampilan manajemen untuk melaksanakan “how to make the right decision at the right time”.

Memasuki milenium ketiga, akan terjadi revolusi gelombang perubahan dimana-mana, hal ini mengingatkan kepada kita bahwa dunia terus berputar, sehingga perubahan yang besar itu memasuki seluruh segi dan aspek kehidupan, baik aspek ekonomi, politik, teknologi, sosial dan budaya. Dengan revolusi gelombang perubahan, kepemimpinan Abad 21 harus mampu membuat prediksi-predeksi dalam mencari kepastian, mencari ketidakpastian dan membuat ketidakpastian menjadi suatu keberhasilan. Di sinilah letak peranan pemimpin untuk mendukung dan membantu bawahan menciptakan inovasi yang kreatif, artinya seorang pemimpin abad 21 mampu memahami manajemen perubahan yang merupakan kebutuhan mutlak, namun tidak cukup, persoalan lainnya adalah bagaimana perubahan tersebut harus dikelola (Wibowo, 2007); (Bashori, Prasetyo, & Susanto, 2020).

Perubahan tidak terjadi begitu saja, memerlukan kerangka kerja yang solid, termasuk sebuah rencana dan proses, seperti orang trampil mendesain, menjalankan menjalankan dan mengantisipasi implikasi dari rencana dan proses tersebut (Wibowo, 2007). Sejalan dengan itu Kepemimpinan Abad 21 harus mampu merubah pola berpikir dalam keterampilan manajerial yaitu dari gaya kepemimpinan yang dapat memecahkan masalah (bertolak dari sikap reaksi) menjadi menghindari masalah (bertolak dari sikap antisipasi), sehingga tercipta lingkungan kerja yang kondusif (Bashori, 2019). Lingkungan kerja yang kondusif dapat memotivasi bawahan dalam bekerja. Kedudukan motivasi dalam bekerja memang sangat penting dan merupakan suatu keniscayaan adanya, sebab tanpa motivasi yang kuat tentunya apa yang dikerjakan akan berlalu begitu saja tanpa ada bekas yang berarti dan tiada manfaat, baik yang bersangkutan itu sendiri maupun bagi orang lain atau lingkungan ia bekerja (Mukhtar Latif, 2016). Motivasi itu merupakan sesuatu yang sangat penting, ia bisa membuat perbedaan pada hasil pekerjaan (Foryth, 2007). Semakin tinggi motivasi kerja, semakin tinggi kinerja karyawan (Mapparing, 2015). Pemimpin yang mampu memotivasi kerja bawahan akan berpengaruh terhadap kepuasan pegawainya, dan akhirnya mempengaruhi kinerja organisasi (Jehanzeb, 2012, Mokhlas. 2016).

Menjadi pemimpin tidaklah otomatis segalanya jadi baik, sebab pemimpin tidak begitu saja memperoleh rasa hormat dan diterima oleh anggota kelompoknya; oleh sebab itu agar memiliki pengaruh yang positif atas kelompok yang dipimpin, maka perlu mempelajari beberapa keterampilan dan metode khusus (Gordon, 1994). Selain itu, yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin adalah kreativitas dan melakukan inovasi terhadap organisasinya, yakni sebuah upaya

melakukan terobosan-terobosan baru yang positif yang menjadikan organisasi lebih baik (Bashori, 2020c), lebih maju dan siap menghadapi abad 21. Kreativitas dan inovasi muncul dalam suasana yang kompetitif dan penuh konflik diantara anggota untuk berbuat baik pada setiap kesempatan, oleh sebab itu organisasi harus selalu belajar (*learning organization*) untuk melakukan perubahan terus menerus (Wahyudi, 2011).

Pada hakekatnya pemimpin abad 21, selain mempunyai visi dan cerdas secara intelegensia, namun juga dituntut memiliki kecerdasan lainnya dalam menghadapi kompleksitas permasalahan saat ini yang semakin sulit diatasi, yaitu kecerdasan emosional (EQ). Kecerdasan emosional adalah kemampuan lebih yang dimiliki seseorang dalam memotivasi diri, ketahanan dalam menghadapi kegagalan, mengendalikan emosi dan menunda kepuasan serta mengatur keadaan jiwa. Orang dengan keterampilan emosional yang berkembang baik kemungkinan besar akan berhasil dalam kehidupan, menguasai pikiran yang mendorong produktivitas mereka (Goleman, 2016).

KAJIAN TEORI

Kepemimpinan Abad 21

Dampak negatif globalisasi mengancam beberapa aspek kehidupan, antara lain: Ancaman terhadap budaya bangsa; Lunturnya identitas bangsa; Lunturnya batas-batas negara bangsa; dan Ancaman-ancaman organisasional lainnya. Kesemuanya, apabila tidak segera dilakukan perbaikannya bukan tidak mungkin akan mengancam kelangsungan hidup suatu negara. Bahkan lebih dari itu, kesatuan dan persatuan suatu bangsa dan negara dapat terkoyak dan terpecah belah. Dengan kata lain, bahwa dampak globalisasi akan menjadi ancaman yang makin besar dan serius, lebih-lebih apabila organisasi tidak memiliki kepemimpinan yang kuat.

Perkembangan lingkungan stratejik saat ini menuntut pemimpin dan kepemimpinan yang solid mampu mengantisipasi perkembangan ke depan, membangun visi, misi, dan strategi mengembangkan langkah-langkah kebijakan (Bashori, 2020c), sistem kelembagaan dan manajemen pemerintahan yang relevan dengan kompleksitas perkembangan, permasalahan, dan tantangan yang dihadapi, baik pada tataran nasional mau pun internasional. Kedepan keadaan berubah dan berkembang dari detail complexity menjadi dynamic complexity dimana : Interpolasi perkembangan sebagai dasar perkiraan masa depan menjadi sulit bahkan sering salah, bukan saja karena parameter perubahan menjadi sangat banyak, tetapi juga karena sensitivitas perubahan yang lain dalam lingkup yang luas, dan masing-masing perubahan menjadi sulit (Peter Senge, 2006). Abad ke-21 juga abad yang menuntut dalam segala usaha dan hasil kerja manusia termasuk di bidang kepemimpinan. Dalam hal ini ada empat agenda utama pengembangan kepemimpinan pada abad ke-21 agar tetap menjadi “ champion ”, adalah (1) menjadi rekan yang stratejik, (2) menjadi seorang pakar, (3) menjadi seorang pekerja ulung, dan (4) menjadi seorang “ agent of

change”(Ulrich, 1998). Sebab, menurut Ulrich, masyarakat pada Abad 21 adalah suatu masyarakat mega-kompetisi. Pada Abad 21, tidak ada tempat tanpa kompetisi. Kompetisi telah dan akan merupakan prinsip hidup yang baru, karena dunia terbuka dan bersaing untuk melaksanakan sesuatu yang lebih baik. Di sisi lain, masyarakat kompetitif dapat melahirkan manusia-manusia yang frustrasi apabila tidak dipersiapkan dengan sebaik-baiknya. Masyarakat kompetitif dengan demikian, menuntut perubahan dan pengembangan secara terus menerus.

Gambaran di atas menunjukkan bahwa, pada Abad 21 diperlukan paradigma baru di bidang kepemimpinan, manajemen, dan pembangunan dalam menghadapi berbagai permasalahan dan tantangan baru. Penyusunan paradigma baru menuntut proses terobosan pemikiran (*break through thinking process*), apalagi jika yang kita inginkan adalah output yang berupa manusia, barang, dan jasa yang berdaya saing.

Heifetz dan Laurie (1998) berpendapat kepemimpinan masa depan adalah seorang pemimpin yang adaptif terhadap tantangan, peraturan yang menekan, memperhatikan pemeliharaan disiplin, memberikan kembali kepada para karyawan, dan menjaga kepemimpinannya. Ditambahkan, kepemimpinan harus selalu menyiapkan berbagai bentuk solusi dalam pemecahan masalah tantangan masa depan (Bashori, 2020b). Kepemimpinan adaptif secara khusus berbicara tentang perubahan yang memungkinkan kapasitas untuk berkembang, menghadapi lingkungan baru, visi baru dan kemampuan baru, serta Strategi kepemimpinan untuk memobilisasi orang (Heifetz, 2009). Selanjutnya, sifat organisasi abad ke- 21 sangatlah kompleks, dan lebih banyak permasalahan yang dihadapi terutama dinamika ekonomi global (Drucker, 2001; Trilling & Fadel, 2009). Perilaku pemimpin dan manajer hari ini akan berbeda, oleh sebab itu pemimpin abad 21 perlu mempersiapkan diri dengan keterampilan dan pengetahuan praktis yang esensial, misalnya kemampuan untuk menjadi pendengar yang baik sebagai salah satu cara pendekatan untuk mendapatkan dukungan pengikut/bawahan, sehingga pemimpin mampu membangun tim yang hebat, menciptakan lingkungan kerja yang dapat meningkatkan produktivitas pekerja (Sadmann & Vandenberg, 1995). Yang membuat pemimpin efektif dan manajemen dalam organisasi abad 21 berubah dengan cepat adalah mencakup tentang kepribadian mereka, gaya kepemimpinan, semangat dan nilai, proses pengambilan keputusan dan pemecahan masalah serta harapan dan tingkat hubungan mereka dengan para pengikutnya (Victor E. Dike, 2015). Pemimpin dan manajer membutuhkan Pendekatan praktis terhadap kepemimpinan dan manajemen untuk secara substansial mempengaruhi dan memotivasi mereka Pengikut untuk meningkatkan kinerja mereka untuk mencapai tujuan organisasi ditetapkan.

Visioner

Arti kata Visioner menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang yang memiliki khayalan atau wawasan ke depan (<http://kbbi.web.id/visioner>). Visioner mengandung pengertian mempunyai wawasan yang luas dan matang sehingga mampu memperkirakan masa depan. Pengertian ini mengimplikasikan adanya kemampuan merumuskan visi dan misi organisasi, serta bertindak dan bersikap proaktif. (Tampubolon, 2001). Visi selalu berhubungan dengan masa depan, dan visi merupakan awal masa depan yang dicita-citakan. Visi merupakan sebuah gagasan atau gambaran tentang masa depan yang lebih baik bagi organisasi, tetapi visi yang benar adalah gagasan yang penuh dengan kekuatan yang mendesak dimulainya masa depan dengan mengandalkan keterampilan, bakat, dan sumber daya dalam mewujudkannya (Wahyudi, 2010). Kekuatan visi terletak pada kemampuannya untuk menarik perhatian bagi komponen organisasi. Apabila visi organisasi sudah ditentukan maka organisasi sudah menemukan arah yang benar untuk merealisasikan harapan dan cita-citanya.

Kriteria visi yang benar menurut Nanus (1992) adalah sebagai berikut: visi dapat menumbuhkan komitmen dan memberi motivasi kepada anggota organisasi; visi dapat memberi arti bagi kehidupan karyawan; visi dapat menentukan standar-standar keberhasilan; visi dapat menjembatani masa sekarang dan masa depan. Sedangkan ciri-ciri visi yang mempunyai kekuatan dan mampu menghasilkan perubahan (Wahyudi, 2010) adalah sebagai berikut: 1) visi harus sesuai dengan sejarah, budaya, dan nilai-nilai organisasi, konsisten dengan situasi organisasi saat ini, dapat memberikan prediksi yang realistis dan informatif tentang apa yang dapat diraih dimasa mendatang; 2) visi dapat menggambarkan organisasi sebagai komunitas organisasi yang bertanggung jawab, memiliki integritas yang kuat dan mengangkat moral setiap orang didalamnya; 3) visi menghasilkan rencana yang menciptakan fokus dan memelihara harapan serta menjanjikan hari esok yang lebih baik; 4) visi mengilhami antusiasme dan merangsang komitmen; 5) visi dinyatakan secara jelas dan mudah difahami; 6) visi merefleksikan keunikan organisasi, kompetensinya, apa yang diperjuangkannya, dan apa yang mampu dicapainya; 7) visi bersifat ambisius, artinya visi memperlihatkan kemajuan dan memperluas pandangan organisasi.

Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan memulai ide, melihat hubungan yang baru, atau tak diduga sebelumnya, kemampuan memformulasikan konsep yang tak sekedar menghafal, menciptakan jawaban baru untuk soal-soal yang ada, dan mendapatkan pertanyaan baru yang perlu di jawab (Imam Musbikin 2006). Sternberg (2008), kreativitas merupakan titik pertemuan yang khas antara tiga atribut psikologis, yaitu intelegensi, gaya kognitif, dan kepribadian/motivasi. Kreativitas

adalah kemampuan untuk menghasilkan karya yang bersifat asli, tak terduga dan tepat (yaitu, berguna, dan dapat diadopsi ketika menemui kendala dalam tugas (Sternberg,1999)

Kreatifitas adalah kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya berguna (useful), lebih enak, lebih praktis, mempermudah, memperlancar, mendorong, mengembangkan, mendidik, memecahkan masalah, mengurangi hambatan, mengatasi kesulitan, mendatangkan hasil lebih baik atau banyak (Mangunhardjana, 1986). Sedangkan Clark Moustakis (1967), ahli psikologi humanistic menyatakan bahwa kreativitas adalah pengalaman mengekspresikan dan mengaktualisasikan identitas individu dalam bentuk terpadu dalam hubungan dengan diri sendiri, dengan alam, dan dengan orang lain. Kreativitas, kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna social (Haefele, 1962), proses merasakan dan mengamati adanya masalah, membuat dugaan tentang kekurangan (masalah) ini, menilai dan menguji dugaan atau hipotesis, kemudian mengubah dan mengujinya lagi, dan akhirnya menyampaikan hasil-hasilnya Torrance (1962).

Dari berbagai pengertian yang dikemukakan oleh para ahli untuk menjelaskan makna dari kreativitas dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru, proses konstruksi ide yang dapat diterapkan dalam menyelesaikan masalah, dan suatu kegiatan yang bermanfaat. Kreativitas berhubungan dengan empat aspek yang berbeda: *Person, Process, Press, Product*. Keempat P ini saling berkaitan, yaitu Pribadi (*Person*) kreatif yang melibatkan diri dalam proses (*Process*) kreatif, dan dengan dorongan dan dukungan (*Press*) dari lingkungan, menghasilkan produk (*Product*) kreatif (Brown, R.T., 2013). Kreativitas dalam dimensi person adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada individu atau person dari individu yang dapat disebut kreatif. “*Creativity refers to the abilities that are characteristics of creative people*” (Guilford, 1950). “*Creative action is an imposing of one’s own whole personality on the environment in an unique and characteristic way* (Hulbeck, 1945). Dari dua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan atau kecakapan yang ada dalam diri seseorang, hal ini erat kaitannya dengan bakat, sedangkan tindakan kreatif muncul dari keunikan keseluruhan kepribadian dalam interaksi dengan lingkungannya, dalam hal ini kreativitas lebih berfokus pada segi pribadi.

Kreativitas dalam dimensi *Process* adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berpikir sehingga memunculkan ide-ide unik atau kreatif. “*Creativity is a process that manifest in self in fluency, in flexibility as well in originality of thinking*” (Munandar, 2009). Selanjutnya Utami Munandar menerangkan bahwa kreativitas adalah sebuah proses atau kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas), dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengelaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci), suatu gagasan.

Pada definisi ini lebih menekankan pada aspek proses perubahan (inovasi dan variasi). Dari pendapat diatas kreativitas sebagai sebuah proses yang terjadi didalam otak manusia dalam menemukan dan mengembangkan sebuah gagasan baru yang lebih inovatif dan variatif (divergensi berpikir).

Kreativitas dalam dimensi *Press* adalah pendekatan kreativitas yang menekankan pada faktor press atau dorongan, baik dorongan internal diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif, maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan psikologis (Simpson,1982). Mengenai “*press*” dari lingkungan, ada lingkungan yang menghargai imajinasi dan fantasi, dan menekankan kreativitas serta inovasi. Kreativitas juga kurang berkembang dalam kebudayaan yang terlalu menekankan tradisi, dan kurang terbukanya terhadap perubahan atau perkembangan baru.

Kreativitas dalam dimensi *Product* merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/original atau sebuah elaborasi/penggabungan yang inovatif. “*Creativity is the ability to bring something new into existence*” (Baron, 1976 dalam Reni Akbar-Hawadi dkk, 2001). Definisi yang berfokus pada produk kreatif menekankan pada orisinalitas, seperti yang dikemukakan oleh Baron (1969) yang menyatakan bahwa kreatifitas adalah kemampuan untuk menghasilkan/menciptakan sesuatu yang baru. Begitu pula menurut Haefele (1962), kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial. Dari dua definisi ini maka kreatifitas tidak hanya membuat sesuatu yang baru tetapi mungkin saja kombinasi dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya. “Kreativitas adalah proses konstruksi ide yang orisinil (asli), bermanfaat, variatif (bernilai seni) dan inovatif (berbeda/lebih baik)” (Stein, 2014). Kreativitas ada di dalam sebagian besar keputusan, siapa pun bisa melakukannya, tapi sedikit orang yang benar-benar melakukannya karena kreativitas membutuhkan biaya yang tinggi.

Masyarakat bisa berperan dalam membangun kreativitas dengan meningkatkan *reward* dan menurunkan biaya (Sternberg , 2006). Amabile (1988) mengidentifikasi tiga variabel yang terkait dengan kreativitas individu atau kelompok kecil: motivasi intrinsik untuk melakukan tugas, keterampilan dalam domain tugas, dan keterampilan dalam berpikir kreatif. Kreativitas melalui upaya tim kolaboratif didorong (Fullan, 2011; Lehrer, 2012), karena ini adalah cara untuk menghasilkan gagasan yang dapat meningkatkan atau mengubah sebuah organisasi. Meski demikian, kreativitas tidak terbatas pada menghasilkan ide tapi juga bisa menjadi alat yang efektif dalam pemecahan masalah terutama di lingkungan yang kompetitif. Oleh karena itu, penting untuk mendorong peningkatan nilai tambah, keluaran kreatif untuk memanfaatkan pengetahuan

anggota tim melalui kepemimpinan kreatif. Ini memerlukan model kepemimpinan yang kompleks yang dapat mensinergikan dan menerapkan kreativitas kolektif pemimpin dan tim.

Inovasi

Salah hal yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin adalah melakukan inovasi terhadap lembaganya, yakni sebuah upaya melakukan terobosan-terobosan baru yang positif yang menjadikan lembaganya lebih baik dan maju (Mukhtar Latif, 2016); (Bashori, 2017). Inovasi adalah kemampuan untuk merubah ide menjadi barang, jasa, atau proses untuk memecahkan problem dan memanfaatkan peluang yang dihadapi (Sagala, 2009). Inovasi adalah kata kunci untuk bisnis saat ini, 'berinovasi atau mati', argumen bahwa pasar sekarang telah menjadi sangat tidak stabil. Bisnis perlu Perubahan untuk menghadapi tantangan baru, karena pesaing baru tampil dengan model bisnis Kreatif atau Inovatif untuk mengganggu pasar (Whiting, 2017).

Pada abad ke 21, kreativitas dan kemampuan melakukan inovasi adalah kunci didalam mendapatkan efektivitas dan daya saing yang kuat (Prather & Gundry, 1986). Oleh sebab itu menjadi pemimpin inovatif dalam era sekarang ini jadi kebutuhan mendesak bagi setiap pimpinan perguruan tinggi agar lembaga yang di pimpin mampu berkompetensi dengan lembaga lain dengan kecepatan kompetensi yang berdaya saing tinggi (Mukhtar latif, 2016). Kreativitas dan inovasi merupakan sumber keunggulan kompetitif utama organisasi di abad ke-21; Namun, untuk menerapkan strategi ini, dibutuhkan seorang pemimpin yang memahami dan tertarik untuk membawa inovasi ke dalam organisasi (Abgor, 2008). Inovasi adalah penerapan dari kreativitas (Ana Marija , 2016).

Kecerdasan Emosional

Istilah kecerdasan emosional pertama kali diucapkan oleh psikolog Peter Salovey dari Harvard University dan John Mayer dari University of New Hampshire pada tahun 1990 untuk menerangkan kualitas-kualitas emosional yang tampaknya penting bagi keberhasilan. Salovey dan Mayer mula-mula mendefinisikan kecerdasan emosional sebagai himpunan bagian dari kecerdasan sosial yang melibatkan kemampuan memantau perasaan dan emosi baik pada diri sendiri maupun pada orang lain (Shapiro, 1998). Menurut Stein dan Book (2002), kecerdasan emosional adalah serangkaian kecakapan yang memungkinkan kita melapangkan jalan di dunia yang rumit, meliputi aspek pribadi, sosial, dan pertahanan dari seluruh kecerdasan, akal sehat yang penuh misteri dan kepekaan yang penting untuk berfungsi secara efektif setiap hari. Dalam bahasa sehari-hari kecerdasan emosional biasanya kita sebut sebagai "*street smart* (pintar)", atau kemampuan khusus yang kita sebut "akal sehat".

Kecerdasan emosi adalah dasar-dasar pembentukan emosi yang mencakup keterampilan-keterampilan seseorang untuk mengadakan impuls-impuls dan menyalurkan emosi yang kuat

secara efektif (Patton, 2002). Bar-On (dalam Stein & Book) mengemukakan bahwa kecerdasan emosional adalah serangkaian kemampuan, kompetensi, dan kecakapan non-kognitif, yang mempengaruhi seseorang untuk berhasil mengatasi tuntutan dan tekanan lingkungan. Kecerdasan emosional adalah kemampuan lebih yang dimiliki seseorang dalam memotivasi diri, ketahanan dalam menghadapi kegagalan, mengendalikan emosi dan menunda kepuasan serta mengatur keadaan jiwa. Orang dengan keterampilan emosional yang berkembang baik kemungkinan besar akan berhasil dalam kehidupan, menguasai pikiran yang mendorong produktivitas mereka (Goleman, 2016).

Howard Gardner (2007) dalam bukunya yang terkenal "*Frame Of Mind*" tentang kecerdasan majemuk, salah satu diantaranya adalah membahas tentang kecerdasan pribadi. Kecerdasan pribadi sebenarnya adalah pemahaman tentang kecerdasan intra pribadi, dimana salah satu komponennya adalah menyetel diri sendiri secara emosional. Kecerdasan intra pribadi adalah sinyal yang diperoleh dari hati nurani yang sangat penting bagi kecerdasan antar pribadi.

Salovey (dalam Goleman, 2016) menempatkan kecerdasan pribadi Gardner dalam definisi dasar tentang kecerdasan emosional yang dicetuskannya kedalam lima wilayah, yaitu: a) Mengenali emosi diri. Kesadaran diri, mengenali perasaan sewaktu perasaan itu. Merupakan dasar kecerdasan emosional; b) Mengelola emosi. Menangani perasaan agar perasaan dapat terungkap dengan pas adalah kecakapan yang tergantung pada kesadaran diri; c) Memotivasi diri sendiri. Menata emosi sebagai alat untuk mencapai tujuan adalah hal yang sangat penting dalam kaitan untuk memberi perhatian, memotivasi diri sendiri, menguasai diri sendiri, dan untuk berkreasi; d) Mengenali emosi diri orang lain. Empati, kemampuan yang juga bersandar pada kesadaran diri emosional, merupakan dasar "keterampilan" bergaul; dan e) Membina hubungan. Seni membina hubungan, sebagian besar merupakan keterampilan mengelola emosi orang lain.

Kecerdasan emosional dapat dikatakan sebagai kemampuan psikologis yang telah dimiliki oleh tiap individu sejak lahir, namun tingkatan kecerdasan emosi tiap individu berbeda, ada yang menonjol dan ada pula yang tingkat kecerdasan emosi mereka rendah. Ciri-ciri lain dari kecerdasan emosional, yakni; kemampuan memotivasi diri sendiri dan bertahan menghadapi frustrasi; mengendalikan dorongan hati dan tidak melebih-lebihkan kesenangan; mengatur suasana hati dan menjaga agar beban stres tidak melumpuhkan kemampuan berpikir; berempati dan berdoa (Goleman, 2016).

Kecerdasan emosional dipandang sebagai hal yang mendasar untuk bertahan dilingkungan organisasi, dan merupakan kemampuan utama dalam kepemimpinan dan manajerial (Dewi, 2011). Kecerdasan emosional diartikan sebagai kemampuan untuk "mendengarkan" bisikan emosional, dan menjadikannya sumber informasi maha penting untuk memahami diri sendiri dan orang lain demi mencapai sebuah tujuan (Nurcholis, 2007). Terdapat lima wilayah kecerdasan emosional,

yaitu: kemampuan mengenali emosi diri, kemampuan mengelola emosi, kemampuan memotivasi diri, kemampuan mengenali emosi orang lain, dan kemampuan membina hubungan dengan orang lain (Goleman, 2016).

Seseorang yang mampu mengenali emosinya akan memiliki kepekaan yang tajam atas perasaan yang muncul seperti senang, bahagia, sedih, marah, benci dan sebagainya. Mengenali emosi sendiri, berarti memahami dan mengetahui kekuatan dan keterbatasan diri, dan keyakinan akan kemampuan sendiri. Ketrampilan mengenali emosi ini meliputi kemampuan untuk mengidentifikasi apa yang sesungguhnya anda rasakan. Setiap kali suatu emosi tertentu muncul dalam pikiran, anda harus dapat menangkap pesan apa yang ingin disampaikan seperti beberapa contoh pesan dari emosi: takut, sakit hati, marah, frustrasi, kecewa, rasa bersalah, kesepian (Nurcholis, 2007). Kemampuan mengenali emosi diri atau adanya kesadaran diri artinya memahami visi dan nilai diri sendiri, dapat memeriksa peta diri sendiri, dan jika kita menghargai prinsip yang benar, maka paradigma sesungguhnya berdasarkan pada prinsip dan kenyataan dimana suara hati berperan sebagai kompasnya (Agustian, 2007).

Mampu mengenali emosi dan penyebab dari pemicu emosi tersebut, berarti dia mampu mengevaluasi dirinya sendiri dan mendapatkan informasi untuk melakukan suatu tindakan (Dewi, 2007). Seseorang dengan kesadaran diri emosional berarti ia mampu melakukan perbaikan dalam mengenali dan merasakan emosinya sendiri, lebih mampu memahami penyebab perasaan yang timbul, dan mengenali perbedaan perasaan dengan tindakan (Goleman, 2016). Kompetensi mengenali emosi sendiri, mengetahui kekuatan dan keterbatasan diri, dan keyakinan akan kemampuan sendiri. Selanjutnya orang yang dengan kompetensi ini memahami: mereka tahu emosi yang mereka rasakan dan mengapa emosi itu ada, mereka menyadari hubungan antara perasaan mereka dan apa yang mereka pikirkan, lakukan dan katakan, mengenali bagaimana perasaan mereka mempengaruhi kinerja, dan mereka memiliki nilai-nilai kesadaran untuk membimbing dan mencapai (Goleman, 2003).

Kemampuan kecerdasan emosional difokuskan pada bagaimana emosi bisa memfasilitasi pemikiran dan perilaku adaptif. Ini ada hubungannya dengan bagaimana orang berpikir, memutuskan, rencana, dan menciptakan (Ronald E.Riggio, 2008). Bagi pemimpin, memahami emosi termasuk kemampuan untuk mengenali hubungan antara emosi, menentukan makna dalam menyampaikan emosi, memahami kompleksitas perasaan, dan mengenali bagaimana emosi berubah dari waktu ke waktu. Memahami Emosi adalah kemampuan yang menyediakan informasi bagi pemimpin tentang apa yang membuat orang menjadi emosi. Kemampuan ini juga menyediakan pemimpin dengan pemahaman tentang cara pandang orang lain (Ronald E.Riggio, 2008).

Kemampuan mengelola emosi adalah kemampuan penanganan emosi kita sendiri sehingga mereka tidak mengganggu tapi memfasilitasi. Orang dengan kemampuan mengelola emosi akan memiliki kemampuan; untuk menunda kepuasan dalam mengejar tujuan; cepat pulih dari tekanan emosional; menerjemahkan kebenaran dalam tindakan; keberhasilan; kemampuan mengontrol diri; kepercayaan; kemampuan beradaptasi; berorientasi pada pencapaian; dan mempunyai inisiatif (Goleman, 2016).

Mampu mengelola emosi berarti mampu mengelola dorongan serta perasaan negatif yang ada didalam dirinya, berarti mempunyai kompetensi: adanya Kontrol diri: 1) Mengelola emosi yang mengganggu impuls afektif; 2) Kepercayaan: Menampilkan kejujuran dan integritas; 3) Bertanggung jawab dalam memenuhi kewajiban; Adaptasi: Fleksibilitas dalam perubahan dan penanganan tantangan; 5) Inovasi: Menjadi terbuka untuk ide-ide baru, melakukan pendekatan, dan informasi baru (Goleman, 2008). Orang yang mampu mengelola emosi akan memperlihatkan: a) Toleransi yang lebih tinggi terhadap frustrasi dan pengelolaan amarah; b) Mampu mengungkapkan amarah dengan tepat; c) Berkurangnya perilaku agresif dan merusak diri sendiri; d) Perasaan yang lebih positif tentang diri sendiri; e) Lebih baik dalam menangani ketegangan jiwa; f) Berkurangnya kesepian dan kecemasan; g) Bertanggung jawab; h) Mampu memusatkan perhatian pada tugas; dan i) Lebih menguasai diri (Goleman, 2016).

Kemampuan mengelola Emosi memungkinkan para pemimpin untuk menangani stres dan kekecewaan, atau tidak takut untuk membuat keputusan mengenalkan produk baru yang kompetitif, sehingga mengenyampingkan kekecewaan atau rasa takut baik yang akan melumpuhkan mereka atau menyebabkan mereka menjadi miskin. Respon emosional yang cerdas dalam pemecahan masalah dipandang sebagai emosi-terfokus, di mana Anda menggunakan emosi yang diciptakan oleh situasi untuk mendiagnosa dan memecahkan masalah mendasar (Ronald E. Riggio, 2008).

Kemampuan Memotivasi Diri. Motivasi berkaitan dengan kebutuhan, dan sebagai manusia berupaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Apabila kita melaksanakan tindakan-tindakan guna memenuhi kebutuhan tersebut maka kita “termotivasi” untuk mencapai hal tersebut (Winardi, 2010). Memotivasi diri artinya mampu memberikan semangat pada diri sendiri untuk melakukan sesuatu yang baik dan bermanfaat, punya harapan dan optimisme yang tinggi sehingga memiliki semangat untuk melakukan suatu aktifitas. Ciri-ciri orang yang mempunyai motivasi antara lain adalah; tekun menghadapi tugas; ulet menghadapi kesulitan; lebih senang bekerja mandiri; cepat bosan dengan tugas-tugas yang rutin; dapat mempertahankan pendapatnya; tidak mudah melepaskan hal yang diyakini; senang mencari dan memecahkan masalah (Sardiman, 2010).

Memotivasi artinya memberi dorongan yang membimbing atau membantu peraih sasaran atau tujuan. Pemimpin dengan kompetensi ini adalah memberi dorongan untuk menjadi lebih baik, menyesuaikan dengan sasaran kelompok atau organisasi, kesiapan untuk memanfaatkan kesempatan, dan kegigihan dalam memperjuangkan kegagalan dan hambatan, baik untuk dirinya maupun orang lain.

Kemampuan mengenali emosi orang lain adalah mengerti perasaan dan kebutuhan orang lain, sehingga orang lain merasa senang dan dimengerti perasaannya. Kemampuan ini sering juga disebut sebagai kemampuan berempati. Orang yang memiliki empati cenderung disukai orang lain. Empati, yaitu kesadaran akan perasaan, kepentingan, dan keprihatinan orang. Pemimpin dengan kompetensi ini akan memahami orang lain, mengembangkan orang lain, melayani dengan baik, menciptakan kesempatan-kesempatan melalui pergaulan dengan berbagai macam orang, membaca hubungan antara keadaan dan emosi, serta kekuatan hubungan suatu kelompok. Orang yang mengenali emosi orang lain, berempati atau dapat membaca emosi orang lain, akan lebih mampu menerima sudut pandang orang lain, memperbaiki empati dan kepekaan terhadap perasaan orang lain, dan lebih baik dalam mendengarkan orang lain (Goleman, 2016).

Empati adalah radar sosial kita. Kemampuan untuk merasakan ini didasarkan pada kompetensi yang lebih mendasar, khususnya kesadaran diri dan kontrol diri. Tanpa kemampuan untuk merasakan perasaan kita sendiri - atau untuk menjaga merek dari samping kita - kita akan putus asa, dan keluar dari sentuhan dengan suasana hati orang lain. Tuntutan kepemimpinan modern dewasa ini, selain kompetensi teknis juga termasuk kompetensi berempati (Goleman, 2008).

Kemampuan lainnya yang ada hubungannya dengan kemampuan mengenali emosi orang lain adalah ketrampilan memotivasi orang lain. Keterampilan ini adalah kelanjutan dari ketrampilan mengenali dan mengelola emosi orang lain. Keterampilan ini adalah bentuk lain dari kemampuan kepemimpinan, yaitu kemampuan menginspirasi, mempengaruhi dan memotivasi orang lain untuk mencapai tujuan bersama. Hal ini erat kaitannya dengan kemampuan membangun kerja sama tim yang tangguh dan andal (Nurcholis, 2007).

Selanjutnya, kemampuan membina hubungan dengan orang lain. Kemampuan membina hubungan dengan orang lain merupakan Keterampilan sosial yang menangani emosi sehubungan dengan hubungan dengan orang lain; mampu membaca seluk-beluk interaksi sosial; mampu berinteraksi dalam situasi sosial dengan baik; dan dapat menggunakan keahlian ini untuk memengaruhi, membujuk, bernegosiasi, dan berkolaborasi. Jika kesadaran sosial adalah kompetensi melalui mana seseorang menyadari emosi orang lain, bagaimana struktur organisasi dapat mempengaruhi mereka, dan bagaimana dampaknya pada perasaan mereka melalui orientasi

pelayanan. Maka keterampilan sosial adalah mereka yang memiliki akses ketika berpartisipasi dalam hubungan dengan orang lain. Kesadaran sosial menawarkan pemahaman orang lain, keterampilan sosial menawarkan cara berinteraksi dengan orang lain yang membantu meningkatkan produktivitas, meningkatkan hubungan, dan umumnya meningkatkan kualitas hidup. Keterampilan sosial juga bisa disebut 'keterampilan orang'. Menurut Sean McPheat (2010) dalam tulisannya “*Emotional Intelligence*” Orang yang memiliki tingkat kompetensi ini adalah sebagai berikut: mudah untuk berbicara dengan siapa saja; pemain tim yang baik; baik untuk menyelesaikan sengketa; komunikator yang sangat baik ; berfokus pada membantu orang lain ; dan terampil membangun hubungan.

METODE

Tulisan ini merupakan kajian literatur (Studi Pustaka), dimana Informasi untuk artikel deskriptif ini berasal dari penelaahan terhadap literatur yang terkait dengan masalah Kepemimpinan abad 21, kepemimpinan visioner, kepemimpinan kreatif, pemimpin inovatif, dan kecerdasan emosional pemimpin. Dengan kata lain, metode utama artikel ini adalah tinjauan ekstensif dari literatur terkait yang tersedia untuk dianalisis secara mendalam tentang isu-isu yang dibicarakan tersebut.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Kepemimpinan Visioner

Kepemimpinan visioner merupakan kemampuan untuk menciptakan dan mengartikulasikan suatu visi realistik, dapat dipercaya, atraktif tentang masa depan bagi suatu organisasi atau unit organisasional yang terus tumbuh dan membaik hingga saat ini (Robbins, 2002); (Bashori, 2016). Seorang pemimpin visioner harus bisa menjadi penentu arah, agen perubahan, juru bicara dan pelatih. Oleh karena itu seorang pemimpin visioner harus mampu menyusun arah dan secara personal sepakat untuk menyebarkan kepemimpinan visioner ke seluruh organisasi, memberdayakan para karyawan dalam bertindak untuk mendengar dan mengawasi umpan balik, dan selalu memfokuskan perhatian dalam membentuk organisasi mencapai potensi terbesarnya (Anom, 2008). Kepemimpinan visioner dapat diartikan sebagai kemampuan pemimpin dalam mencipta, merumuskan, mengkomunikasikan, mensosialisasikan, menstransformasikan dan mengimplementasikan pemikiran pemikiran ideal yang berasal dari dirinya atau sebagai hasil interaksi sosial diantara organisasi dan stakeholders yang diyakini sebagai cita-cita organisasi dimasa depan yang harus dicapai melalui komitmen semua personil (Komariah, 2006, Wahyudi, 2010). Pimpinan dengan pola *visionary* ini memiliki visi

kepemimpinannya secara realistis, dan dapat meyakinkan serta menuntun organisasi mencapai suatu cita-cita masa depan yang lebih baik dari kondisi masa kini.

Pemimpin visioner adalah mereka yang bisa membaca peluang untuk dijadikan modal bagi kemajuan lembaganya (Bashori, 2019). Visioner atau tidaknya seorang pemimpin dapat diketahui dari pola pikir, sikap kepemimpinan dan responnya terhadap masalah yang terkait dengan kepemimpinannya. Seorang yang visioner adalah orang-orang yang dengan rendah hati dapat menempatkan diri secara tepat dalam memberikan jawaban terhadap masalah-masalah yang belum diketahuinya. Sikap rendah hati terhadap ketidaktahuan adalah ciri khas yang melekat pada pemimpin visioner.. Tidak merasa kalah atau dikalahkan jika idea atau gagasan orang-orang yang dipimpinya jauh lebih hebat dari nya, itu juga indicator seorang pemimpin visioner. Pemimpin yang dengan cepat dan sadar terhadap perubahan dan kemudian menjadikan dirinya sebagai factor kunci perubahan adalah sisi lain yang ada pada pemimpin visioner. Pemimpin visioner adalah orang-orang yang tidak dengan mudah menerima atau menolak satu gagasan, tanpa terlebih dahulu mengetahui alasan dan argument rasional dari ide itu. Pola berfikir reaksioner, tanpa mengkaji secara komperhensif dan mendalam terhadap suatu kondisi adalah pantangan bagi orang yang visioner.

Seorang pemimpin visioner harus mampu memperagakan visinya agar dapat diterima olehanggota dan dilaksanakan. Keterampilan yang diperlukan berkaitan dengan efektifitas dalam peran visioner adalah sebagai berikut: kemampuan menjelaskan visi tersebut pada orang lain baik secara lisan maupun tulisan; mampu mengungkap visi tidak hanya secara verbal, melainkan melalui perilaku pemimpin dalam arti perilaku pemimpin secara berkesinambungan mendorong pencapaian visi; mampu memperluas visi kepada konkteks kepemimpinan yang lebih luas, artinya merupakan kemampuan untuk mengurutkan aktivitas-aktivitas sehingga visi dapat diterapkan pada berbagai situasi pekerjaan dalam suatu organisasi (Robbins, 2002).

Pemimpin Kreatif.

Kreativitas merupakan usaha melibatkan diri pada proses kreatif yang didasari oleh intelegensi, gaya kognitif, dan kepribadian/motivasi, juga merupakan kemampuan untuk menghasilkan atau mencipta sesuatu yang baru. Kreativitas adalah suatu kemampuan umum untuk menciptakan suatu yang baru, sebagai kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan-hubungan baru antara unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya (Munandar 2004). Pemimpin yang kreatif akan mampu membawa organisasinya meraih keunggulan kompetitif, oleh sebab itu perlu inovasi.

Kepemimpinan kreatif mendorong visi, menelurkan gagasan baru, merancang beragam metode, dan menghasilkan keluaran yang inovatif. Intinya, kepemimpinan kreatif berfungsi

sebagai katalisator untuk mendorong perubahan bermanfaat dalam ekosistem melalui perubahan inovatif yang eksplosif. Kajian teoritis ini melihat fenomena kepemimpinan kreatif dengan mensintesis konsep dan konstruksi kreativitas dan kepemimpinan (Sohmen, 2015). Kepemimpinan kreatif telah didefinisikan sebagai "dengan sengaja melibatkan imajinasi seseorang untuk mendefinisikan dan membimbing kelompok, dan sebuah arahan yang baru bagi kelompok menuju tujuan baru" (Puccio, Murdock & Mance, 2011).

Beberapa penelitian mengenai kreativitas menunjukkan bahwa ada tujuh keterampilan berpikir kreatif yang berbeda, yaitu ;pemikiran diagnostik, visioner, strategis, ideasional, evaluatif, kontekstual, dan taktis yang mendorong proses kreatif (Puccio, Murdock, & Mance, 2011). Ketujuh keterampilan berpikir ini dapat ditingkatkan dengan pelatihan kreativitas, dan secara positif berlaku untuk kepemimpinan. Seiring waktu, penggunaan alat kreativitas berulang kali dapat mengembangkan dan memperkuat kemampuan berpikir kreatif pemimpin dari "sadar tidak terampil" menjadi "sadar terampil" - dan akhirnya, untuk "secara tidak sadar terampil" (Puccio, Murdock & Mance). Dengan demikian, kita melihat hubungan yang kuat dan berkelanjutan antara kreativitas dan kepemimpinan untuk menghasilkan pemimpin empati dan kreatif di abad ke-21 (Sohmen, 2015). Kepemimpinan kreatif adalah sebuah konsep yang mempromosikan pemimpin yang menunjukkan kualitas imajinatif dan inventif yang mampu mempengaruhi individu yang bekerja di bawah mereka atau mencari panduan untuk mereka, dan memotivasi orang lain untuk kreatif (Bam L, Vlok PJ, 2016).

Pemimpin Inovatif

Inovasi merupakan sistem aktivitas organisasi yang mentransformasi teknologi mulai dari ide sampai komersialisasi. Inovasi mengacu kepada pembaharuan suatu produk, proses, dan jasa baru. Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kesuksesan bisnis dipelajari dalam beberapa konteks, yang mengarah pada kesimpulan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi inovasi antara lain, aspek budaya dan dukungan penuh dari organisasi. Meskipun kreativitas dan inovasi penting untuk keberhasilannya dan saling terkait, namun dalam pelaksanaannya, kreatifitas dan inovasi berbeda dalam tujuan dan kinerjanya.

Kreativitas adalah proses yang melibatkan penemuan ide atau konsep baru. Ini berkaitan dengan perkembangan gagasan baru, orisinal, dan tidak biasa, dapat dimanifestasikan dengan berbagai cara. Perkembangan kreatif biasanya diungkapkan oleh sesuatu yang nyata yang bisa terlihat, didengar, terasa, berbau, tersentuh atau terasa. Inovasi, di sisi lain, adalah tentang mengenalkan perubahan pada sebuah sistem yang ada dengan cara yang akan membuat ide baru itu layak dan berharga. Inovasi merupakan proses di mana organisasi-organisasi memanfaatkan keterampilan-keterampilan dan sumber daya-sumber daya mereka untuk mengembangkan produk baru dan sistem pengoperasian baru sehingga mereka menjadi lebih baik (Winardi, 2008).

Pemimpin inovatif dapat melakukan (Inovasi) dalam organisasi. Kepemimpinan dan inovasi dua kompetensi individu yang saling berhubungan. Di abad 21 organisasi menuntut pemimpin yang mempunyai visi sehingga organisasi tersebut memiliki gambaran yang jelas untuk mendorong suatu cara yang inovatif dalam rangka merealisasikan perubahan dilingkup organisasinya, oleh sebab itu diperlukan kepemimpinan visioner.

Kepemimpinan inovasi adalah filosofi dan teknik yang menggabungkan gaya kepemimpinan yang berbeda untuk mempengaruhi karyawan guna menghasilkan ide, produk, dan layanan kreatif. Para pemimpin inovasi berkolaborasi, berinteraksi dengan karyawan mereka dan mendukung kerja sama tim tingkat yang baik, dan memberikan kesempatan untuk berbagi inovasi (Palmon R, et.,all, 2012). Agar proses inovasi berjalan, organisasi tersebut harus terlebih dahulu menempatkan pemimpin dan struktur kepemimpinan yang tepat, dan manajer dan karyawan menyetujui sikap, nilai dan perilaku yang mendorong inovasi tersebut. Dalam budaya inovatif, karyawan perlu tahu bahwa gagasan mereka dihargai, dan percaya bahwa aman untuk mengungkapkan dan bertindak atas gagasan tersebut dan belajar dari kegagalan. Pemimpin memperkuat keadaan pikiran ini dengan melibatkan karyawan dalam keputusan yang penting bagi mereka.

Namun demikian ada juga budaya yang menghalang yang merintang inovasi, sehingga orang atau perusahaan cenderung untuk jatuh bila mencoba untuk menjadi lebih inovatif, yaitu: 1) menunjukkan permasalahan yang salah; 2) terlalu cepat membuat penilaian; 3) berhenti bersama ide bagus pertama; 4) terjatuh di didalam keadaan “mengangkap bandit-bandit kereta api”; 5) mematuhi aturan yang bukan aturan (Prather& Gundry, 1996). Budaya semacam itu sering membuat inovasi sumber daya yang kelaparan dan menggunakan insentif yang dimaksudkan untuk mendorong kinerja jangka pendek dan intoleransi kegagalan.

Untuk membuat budaya perusahaan lebih ramah terhadap inovasi, para manajer harus memperoleh keterampilan baru untuk terlibat dan memimpin staf. Menjadi penting untuk mengidentifikasi manajer yang sudah bertindak sebagai pialang jaringan. Karena gagasan baru tampaknya memacu lebih banyak gagasan baru, jaringan menghasilkan siklus inovasi. Dengan berfokus pada mendapatkan hasil maksimal dari jaringan inovasi, para pemimpin karenanya dapat memperoleh lebih banyak nilai dari sumber daya yang ada, tanpa meluncurkan program manajemen perubahan berskala besar. Ada sembilan dimensi ditempat kerja yang dapat mendukung kreativitas dan inovasi atau upaya pembaharuan ((Prather& Gundry, 1996), yaitu: 1) hal-hal yang menjadikan tantangan dan yang melibatkannya; 2) kebebasan mencari dan memberikan informasi dan membuat rencana dan keputusan bagi pekerjaan mereka; 3) waktu untuk mendapatkan ide yang banyak dimana para karyawan bisa membicarakan dan meneliti berbagai pendekatan yang bersuasana segar yang mempunyai dorongan semangat; 4) pendukung

timbulnya ide; 5) besar kecilnya tekanan emosi orang-orang yang berada dalam organisasi; 6) selisih pendapat; 7) Humor dan suasana ditempat kerja yang santai; 8) kepercayaan dan keterbukaan; 9) tanggung jawab/menanggung resiko.

Kepemimpinan yang inovatif adalah kombinasi dari empat unsur: yaitu kecerdasan emosional, inovasi manajemen, organisasi yang inovatif dan interaksi dengan pemangku kepentingan. Ini adalah bagian yang saling terkait yang saling menguatkan untuk mendorong inovasi (Ashiqur, 2016).

Pemimpin yang Cerdas Emosi

Kecerdasan emosional merupakan tolak ukur bagi seorang pemimpin dalam menghadapi dan menetapkan kebijakan-kebijakan organisasi yang kompleks. Seiring dengan banyaknya perubahan dan fenomena alam dan manusia yang terus berubah-ubah saat ini dibutuhkan seorang pemimpin yang pandai dalam berfikir tidak hanya secara rasional dan logika saja tapi juga dengan hati dan perasaan. Kepandaian seorang pemimpin dalam memaksimalkan kecerdasan emosionalnya dan kecerdasan intelektualnya akan lebih menampakkan hasil yang lebih seimbang dalam perannya sebagai pemimpin suatu organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuannya

Pimpinan masa depan harus sensitif terhadap hubungan perseorangan (*individualized consideration*), dengan lebih memberikan perhatian pada perlakuan masing-masing individu di unit organisasi, sekaligus memberikan bimbingan dan nasehat. Apabila perusahaan ingin merangsang budaya kerja yang inovatif, penilaian kinerja dan memotivasi pegawai profesional tidak dapat lagi hanya dengan menekankan pada tanggung jawab dan deviasi dari target maupun standard performance. Yang jelas seorang *visionary leader* perlu memiliki kecerdasan emosional dalam memimpin tim organisasi yang terdiri dari para tenaga profesional, melalui pendekatan pribadi; memecahkan konflik yang timbul antar anggota organisasi; mendengarkan segala keluhan-keluhan; memberikan umpan balik dan melaksanakan tehnik *oral persuasion*.

Pemimpin yang baik adalah mereka yang selain memiliki kemampuan pribadi baik berupa sifat maupun bakat, juga mampu membaca keadaan pengikut dan lingkungannya, serta mempunyai sikap melayani orang lain. Kemampuan dan sikap seseorang dalam melayani orang lain dengan baik antara lain adalah bagaimana mampu mendengarkan orang lain dan berkomunikasi dengan baik pada orang lain. Oleh sebab itu pemimpin memerlukan kecerdasan dalam mengelola emosi yang dikenal dengan kecerdasan emosional. Sebagai kemampuan atau sifat kepemimpinan, kecerdasan emosional sebagai konsep penting. Prinsip dasar yang dinyatakan oleh kerangka pikir ini adalah orang yang peka terhadap emosi mereka dan terhadap dampaknya bagi orang lain, akan menjadi pemimpin yang lebih efektif. Ketika kecerdasan emosional dilaksanakan, kompleksitas hubungan emosional terkait dengan kepemimpinan akan bisa dipahami (Peter G Northouse, 2016).

Kecerdasan emosional membuat pemimpin efektif dalam berprestasi, karena dia bisa membangun kepercayaan dan membuat orang berkomitmen terhadap tujuan, menjadi mudah baginya untuk melakukan inovasi manajemen, mengembangkan budaya inovatif dan berinteraksi dengan para pemangku kepentingan (Ashiqur, 2016).

Sebuah penelitian menyarankan bahwa pemimpin yang baik tidak perlu yang tercerdik, terkuat, atau paling agresif dari suatu kelompok, tapi mereka yang paling cakap dalam menangani interaksi sosial (Robbins, 2003). Dibeberapa penelitian yang dilakukan, para peneliti telah menemukan bahwa pemimpin efektif mempunyai suatu campuran biokimia hormon-hormon yang unik dan kimia otak yang membantu mereka membina ikatan sosial dan mengatasi stress (Robbins. 2003).

Beberapa penelitian lain mengungkapkan bahwa pemimpin yang memiliki kecerdasan emosional yang tinggi akan menciptakan budaya organisasi dengan norma umum dan nilai-nilai dan kecerdasan emosional yang tinggi, sehingga meningkatkan prestasi, daya tahan yang tinggi sebuah organisasi, dan kekuatan bersaing (Lee Ker Sin, 2013). Penelitian lain di pakistan menunjukkan bahwa penanganan efektif kecerdasan emosional terutama di tempat kerja akan memberikan hasil besar yang akan meningkatkan produktivitas organisasi dan pada akhirnya berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi negara-negara berkembang seperti Pakistan (Shaheen Akhtar, 2015).

Kecerdasan emosional membantu pemimpin organisasi untuk menumbuhkan budaya organisasi yang menghasilkan perilaku individu organisasi. Hal ini juga penting untuk pengembangan identitas budaya organisasi dan untuk menanamkan tingkat kepercayaan yang tinggi dan signifikan serta kerjasama dalam organisasi sambil mempertahankan fleksibilitas yang diperlukan untuk merespon perubahan kondisi (John N.N Ugoani, 2015).

KESIMPULAN

Kepemimpinan Abad 21 beranjak dari pandangan bahwa pemimpin publik harus mengenali secara tepat dan utuh baik mengenai dirinya mau pun mengenai kondisi dan aspirasi masyarakat atau orang-orang yang dipimpinnya, perkembangan dan permasalahan lingkungan stratejik yang dihadapi dalam berbagai bidang kehidupan utamanya dalam bidang yang digelutinya, serta paradigma dan sistem organisasi dan manajemen di mana ia berperan. Menjawab semua tantangan tersebut, maka strategi yang dapat dilakukan seorang pemimpin adalah mempunyai visi (*visionery leadership*), yaitu pemimpin yang mempunyai kemampuan untuk menciptakan dan mengartikulasikan suatu visi yang realistik, dan dapat dipercaya.

Selanjutnya, ia merupakan kepemimpinan kreatif yang dapat mendorong visi, menelurkan gagasan baru, merancang beragam metode, dan menghasilkan keluaran yang inovatif. Selain itu

sebagai pemimpin kreatif dapat berfungsi sebagai katalisator untuk mendorong perubahan yang bermanfaat dalam ekosistem melalui perubahan inovatif yang eksplosif.

Selain itu, pemimpin masa depan adalah pemimpin yang inovatif, yaitu mampu berkolaborasi, berinteraksi dengan karyawan mereka dan mendukung kerja sama tim tingkat yang baik, dan memberikan kesempatan untuk berbagi inovasi, membangun budaya inovatif dengan sikap menghargai gagasan karyawan, dan melibatkan karyawan dalam keputusan yang penting bagi mereka dan organisasi, serta mampu bekerja sama dengan dengan pejabat pemangku kepentingan.

Dan akhirnya, pemimpin abad 21 adalah pemimpin yang cerdas emosi, ia selain memiliki kemampuan pribadi baik berupa sifat maupun bakat, juga mampu membaca keadaan pengikut dan lingkungannya, serta mempunyai sikap melayani orang lain, seperti mampu mendengarkan orang lain dan berkomunikasi dengan baik pada orang lain, mampu mengenali dan mengelola emosi dirinya dan emosi orang lain, berempati, dan mampu membangun hubungan sosial dengan baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah & Cipi Triatna (2006). *Visionary Leadership Menuju Sekolah Efektif*. Bandung: Bumi Aksara.
- Abgor, E. (2008). *Creativity and Innovation: The Leadership Dynamics*. *Journal of Strategic Leadership*, 1
- Amabile, T.M. (1988). *A Model Of Creativity And Innovation In Organizations*. *Research In Organizational Behavior*
- B. Nanus, *Visionary Leadership*, New York: Free Press, 1992.
- Bam L, Vlok PJ. (2016). *Towards A Framework For Systemic Creativity In Engineering Organisations*. *South African Journal Of Industrial Engineering*.
- Bashori. (2020a). *Change Management Transfomation In Islamic*. 72–86. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.20.1.7.UD>
- Bashori, B. (2016). Gaya Kepemimpinan Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan (Studi Kasus di MAN Godean Sleman Yogyakarta). *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Bashori, B. (2017). Modernisasi Lembaga Pendidikan Pesantren Perspektif Azyumardi Azra. *Nadwa*. <https://doi.org/10.21580/nw.2017.11.2.1881>
- Bashori, B. (2019). Kepemimpinan Transformasional Kyai Pada Lembaga Pendidikan Islam. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 73–84. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v3i2.535>
- Bashori, B. dkk. (2020b). Konsep Kepemimpinan Abad 21 Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Tinggi Islam. *PRODU: Prokurasi Edukasi*, 1, 123–138.
- Bashori, B. dkk. (2020c). Peran Kepemimpinan Di Lembaga Pendidikan Islam. *PRODU: Prokurasi Edukasi*, 2(1993), 38–49.
- Bashori, B., Prasetyo, M. A. M., & Susanto, E. (2020). Change Management Transfomation In Islamic Education Of Indonesia. *Social Work and Education*. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.20.1.7>.
- Brown, R.T. (2013). *Creativity: What Are We Measure? In: Glover, J.A., Ronning, R.R. And Reynolds, C., Eds*
- Clark Moustakis. (1967). *Creativity And Coformmity*, N.Y: Van Nostrand Reinhold Company.
- Drucker, P. F. (2001). *Management Challenges For The 21st Century*. New York. N.Y: Harper Business Extension.
- Erman Anom. (2008). *Kepemimpinan Visioner Dalam Mewujudkan Keutuhan NKRI*, *Lex Journalica Vol.5 No. 3*.
- Fullan, M. (2011). *Change Leader: Learning To Do What Matters Most*. San Francisco, CA: Josey-Bass Publishers
- Garner. Howard. (2007). *Frame Of Mind*, New York. Basic Book.
- Goleman. (2016). *Emotional Intelligence*. Alih Bahasa;T. Hermaya, Jakarta, Gramedia.
- Goleman, *Working With Emotional Intelligence*, E-Book, Business Summaries. Com, 2003
- Guilford. J. P. (1950). *Creativity*. USA. American Psychologist.
- Haefele. John W. (1962). *Creativity And Innovation*. N.Y:Reinhold Publishing Corporation.
- Heifetz, Ronald A. And Laurie, Donald L. "Adaptive Strategy." *Executive Excellence*. Provo. Volume: 15. Issue: 12. December 1998.
- Jehanzeb, Et.All. *Impact Of Reward And Motivation Of Job Satisfaction In Banking Saudi Arabia*. *International Journal Of Business And Social Science*, Saudi Arabia, Vol.3, No.21, November 2012.
- John N.N Ugoani, *Emotional Intelligence And Organizational Culture Equilibrium – A Correlation Analysis*”, *Journal Of Advances In Social Science Humanities* 2015, Josey-Bass Publishers *Leadership*.
- Lehrer, J. (2012). *Imaging: How Creativity Works*. New York, NY: Houghton Mifflin Harcourt.
- Mangunhardjana. (1986). *Mengembangkan Kreativitas*. Yogyakarta. Kanisius.

- Mappamiring. (2015). Effect Of Cultur Organization, Leadership And Motivation Of Work On The Performance Of Employees (Study In Islamic Banking In Makassar. *International Journal Of Academic Reseach In Business And Social Sciences*, Volume 05, No.12, HRMARS.
- Mukhtar, L. et.,all. (2016). *Menjadi Pemimpin Inovatif*. Jambi. Kelompok Studi Penulisan.
- Munandar,Utami. (2004). “*Pengembangan Emosi Dan Kreativitas*”. Jakarta ; Rineka Cipta.
- Musbikin. (2006). *Mendidik Anak Kreatif Ala Einstein*. Yogyakarta. Mitra Pustaka.
- Nurcholis. (2007). *Pengembangan Sumber Daya Insan*. Jakarta. Gunung Agung.
- Norhause, G. Peter. (2016), *Kepemimpinan Teori dan Praktik*. Terj. Ati Cahayani. Jakarta. Indeks.
- Patton, P. (2000). *EQ: Pengembangan Sukses Lebih Bermakna*. Jakarta: Media Publishers.
- Philip Whiting. (2017). Innovation, Creativity And Change. *International Journal Of Innovation, Creativity And Change* ,Volume 3, Issue 1.
- Prather & Gundry (1996). *Kunci Sukses Meraih Inovasi*. Jakarta. Aribu Matra Mandiri.
- Puccio, G., Murdock, M., & Mance, M. (2011). *Creative Leadership: Skills That Drive Change*. (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Reiter-Palmon R, Wigert B, De Vreede T. *Team Creativity And Innovation: The Effect Of Group Composition, Social Processes, And Cognition*. Handbook Of Organizational Creativity.
- Robbins.(2002). *Perilaku Organisasi:Konsep, Perilaku, Dan Aplikasi* . Edisi 8. (Terj: Hadyana, Dkk), Jakarta. Pearson Education Asia Pte.Ltd & PT Prenhallindo.
- Ronald E.Riggio. (2008). *Multiple Intelligences And Leadership*, Taylor & Francis E-Library, Lawrence Erlbaum Associates. Inc. Publishers10 Industrial Avenue Mahwah. New Jersey
- Sean McPheat. (2010). *Emotional Intelligence*. MTD Trining & Ventus Publishing ApS.
- Sardiman A. M (2010). *Interaksi dan Motivasi Belajar Balajar*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Senge, P. M. (2006). *The Fifth Discipline: The Art & Practice Of Learning Organization*. New York:Currency Doubleday.
- Shaheen Akhtar. *Impact Of Organizational Culture And Emotional Intelligence On Educational Sector Performance*. University Bahadur Sub Campus Layyah, Pakistan. Research On Humanities And Social Sciences Vol.5, No.15, 2015.
- Shapiro, L. (1998). *Mengajarkan Emotional Intelligence Pada Anak*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Stein, S. J. & Book, H. E. (2002). *Prinsip Dasar Kecerdasan Emosi Meraih Sukses*. Alih Bahasa: Januarsari, T, R & Murtanto, Y. Bandung: Kaifa.
- Sternberg, R.J. (1999) *Handbook Of Creativity*. Cambridge University Press, Chicago.
- Sternberg, R.J. (2008). *Psikologi Kognitif*. Edisi Ke Empat. Alih Bahasa: Yudi Santoso. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Syaiful Sagala. (2009) *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Bandung. Alfabeta.
- Tampubolon, Daulat P. (2001). *Perguruan Tinggi Bermutu Paradigma Baru Manajemen Pendidikan Tinggi Menghadapi Tantangan Abad Ke-21*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Torrance, E. P (1962). *Guiding Creative Talent*. Englewood Cliffs, NJ; Prentice Hall.
- Trilling. B. & Fadel. C. (2009). *21st Century Skills: Learning For Life In Our Times*. San Francisco: John Wiley & Sons, Inc.
- Utami Munandar. (2009). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Victor E. Dike, Ken Odiwe & Donatus M. Ehujor (2015) *Leadership And Management In The 21st Century Organizations:A Practical Approach*, World Journal Of Social Science Research Vol. 2, No. 2.
- Victor S. Sohmen. *Reflections On Creative Leadership*. International Journal Of Global Business, 8 (1), 1-14, June 2015
- Wahyudi. (2011). *Manajemen Konflik Dalam Organisasi*. Bandung. Alfabeta..
- Wibowo.(2007). *Manajemen Perubahan*.Jakarta. PT. Rajagrafindo Persada.
- Winardi. (2008). *Manajemen Perubahan. (The Management Of Change)*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group
- Winardi. (2010). *Asas-Asas Manajemen*. Bandung. CV. Mandar Maju.