

Pengaruh Dimensi Kecerdasan Emosi terhadap Kreativiti Pekerja
The Impact of Dimensions of Emotional Intelligence on Employees' Creativity

Mohd Lokman Sapiee^{1*}
Nurul Azza Abdullah²
Fatimah Wati Halim²
Arena Che Kasim²
Muhammad Rozaidi Ahmad Romil²

¹Fakulti Pengajian Islam Dan Sains Sosial
Universiti Sultan Azlan Shah

²Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan
Universiti Kebangsaan Malaysia

*Corresponding Author: [lokman.sapiee@usas.edu.my]

This study investigates the relationship between emotional intelligence dimensions and employee creativity in a Malaysian non-governmental organization. The research examines how self-awareness, self-management, social awareness, and relationship management influence creative thinking among 165 employees. Using SPSS 25.0 for analysis, the study reveals a positive and significant relationship between all emotional intelligence dimensions and employee creativity. The findings highlight the importance of emotional intelligence in fostering innovation and sustainable performance in modern organizations. The research contributes to the understanding of factors driving employee creativity, crucial for organizational success in the 21st century. Implications for practitioners include the potential benefits of investing in emotional intelligence training to enhance creativity and innovation. For researchers, the study opens new avenues for exploring the mechanisms through which emotional intelligence influences creative thinking, emphasizing the need for cross-cultural studies in various organizational contexts. This research provides valuable insights for both academic and professional audiences, offering a foundation for future studies on employee creativity and suggesting the integration of emotional intelligence development in organizational strategies to drive innovation and performance.

Keywords emotional intelligence, self-awareness, self-management, social awareness, relationship management, creativity

Dalam menghadapi dunia global abad ke-21, kerajaan Malaysia telah memperkenalkan dasar Revolusi Perindustrian Keempat (4IR) (Mohamad, 2020) untuk memacu usaha bersepadu dalam mentransformasikan pembangunan sosioekonomi negara melalui penggunaan teknologi. Dasar ini melengkapkan Pelan Tindakan Ekonomi Digital Malaysia dalam menggalakkan pembangunan ekonomi digital berasaskan sumber manusia,

membina kapasiti dan meningkatkan kemahiran dalam pembangunan komuniti. Kecerdasan Buatan telah menjadi bahagian penting dalam organisasi moden, merevolusikan proses, membuat keputusan, dan kecekapan operasi secara keseluruhan. Teknologi AI, termasuk pembelajaran mesin, pemrosesan bahasa tabii, dan penglihatan komputer, sedang digunakan di pelbagai sektor untuk mengautomatiskan tugas, menganalisis jumlah data yang besar,

dan memberikan wawasan yang sebelum ini tidak dapat dicapai (Dwivedi et al., 2021). Kesan AI terhadap organisasi adalah pelbagai, mempengaruhi segala-galanya dari perkhidmatan pelanggan hingga perancangan strategik.

Dalam landskap perniagaan hari ini, AI digunakan untuk meningkatkan produktiviti, memperkemaskan operasi, dan mendorong inovasi. Sebagai contoh, chatbot yang digerakkan oleh AI sedang mengubah perkhidmatan pelanggan dengan menyediakan sokongan 24/7 dan interaksi yang diperibadikan. Dalam sumber manusia, algoritma AI digunakan untuk memperkemaskan proses pengambilan pekerja dan mengenal pasti bakat terbaik. Selain itu, AI membolehkan analitik ramalan, membolehkan organisasi membuat keputusan berdasarkan data dan meramalkan trend pasaran dengan ketepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya (Borges et al., 2021).

Walau bagaimanapun, integrasi AI dalam organisasi tidak terlepas daripada cabaran. Kebimbangan tentang kehilangan pekerjaan, pertimbangan etika, dan keperluan untuk melatih semula tenaga kerja adalah isu-isu penting yang perlu ditangani oleh organisasi (Makridakis, 2017). Walaupun terdapat cabaran-cabaran ini, potensi manfaat AI dalam meningkatkan prestasi dan daya saing organisasi tidak dapat dinafikan, menjadikannya bidang fokus yang kritikal bagi perniagaan di seluruh dunia.

Seiring dengan AI menjadi semakin lazim dalam persekitaran organisasi, kesannya terhadap kecerdasan emosi (EI) menjadi topik yang semakin menarik. Kecerdasan emosi, yang ditakrifkan sebagai keupayaan untuk mengenali, memahami, dan mengurus emosi diri sendiri dan orang lain, memainkan peranan penting dalam dinamik tempat kerja dan keberkesanan kepimpinan (Goleman, 2020). Hubungan antara AI dan EI dalam organisasi adalah kompleks dan pelbagai, dengan AI berpotensi

meningkatkan dan mencabar aspek-aspek kecerdasan emosi.

Untuk memahami kesan AI terhadap EI, penting untuk mempertimbangkan asas teori kecerdasan emosi. Model EI yang paling diterima secara meluas, yang dibangunkan oleh Mayer dan Salovey (1997), terdiri daripada empat cabang: iaitu pertamam mempersepsi Emosi: Keupayaan untuk mengenal pasti emosi dalam diri sendiri dan orang lain. kedua, menggunakan Emosi: Keupayaan untuk memanfaatkan emosi untuk memudahkan pelbagai aktiviti kognitif. ketiga memahami Emosi: Keupayaan untuk memahami bahasa emosi dan menghargai hubungan rumit antara emosi. keempat mengurus Emosi: Keupayaan untuk mengawal emosi dalam diri sendiri dan orang lain.

Penyelidikan terkini telah mengembangkan model ini, menekankan kepentingan EI dalam konteks organisasi. Sebagai contoh, Joseph dan Newman (2010) mencadangkan model EI yang menekankan sifat berurutan persepsi emosi, pemahaman, dan pengaturan dalam persekitaran tempat kerja.

Integrasi AI dalam organisasi mempunyai kesan positif dan negatif terhadap kecerdasan emosi. AI boleh menyediakan analisis masa nyata tentang isyarat emosi dalam komunikasi, membantu individu menjadi lebih sedar tentang keadaan emosi mereka sendiri dan orang lain. Sebagai contoh, algoritma analisis sentimen boleh membantu pemimpin mengukur moral pasukan dan menangani isu secara proaktif (Yadav et al., 2020).

Seterusnya, peningkatan pengaturan emosi yang digerakkan oleh AI boleh menawarkan strategi peribadi untuk pengaturan emosi berdasarkan corak emosi dan pencetus individu. Ini boleh menjadi sangat bermanfaat dalam persekitaran kerja yang penuh tekanan (Shrestha and Mahmood, 2019).

Selain itu cabaran kepada Pembangunan Empati yang mana AI boleh meningkatkan aspek tertentu EI. Terdapat kebimbangan bahawa terlalu bergantung pada teknologi boleh menghalang perkembangan empati semula jadi dan kemahiran interpersonal. Pengurangan interaksi bersemuka dalam persekitaran yang digerakkan oleh AI berpotensi mempengaruhi keupayaan untuk membaca isyarat emosi yang halus (Huang and Rust, 2018).

Kesan seterusnya ialah pendefinisian semula kerja emosi dalam peranan yang berhadapan dengan pelanggan. AI semakin mengendalikan interaksi rutin, berpotensi mengurangkan beban kerja emosi pada pekerja manusia. Walau bagaimanapun, perubahan ini juga mungkin memerlukan pekerja untuk membangunkan tahap EI yang lebih tinggi untuk mengendalikan situasi yang lebih kompleks dan bermuatan emosi yang tidak dapat ditangani oleh AI (Grandey and Melloy, 2017).

Hubungan antara AI dan EI dalam organisasi adalah penting dan berkembang. Walaupun AI berpotensi meningkatkan aspek tertentu kecerdasan emosi, ia juga menimbulkan cabaran yang perlu dinavigasi oleh organisasi. Kuncinya terletak pada memanfaatkan AI untuk melengkapi dan meningkatkan kecerdasan emosi manusia dan bukannya menggantikannya sepenuhnya.

Kajian lepas juga mengaitkan hubungan antara kecerdasan emosi (EI) dan kreativiti pekerja dalam organisasi. Hubungan ini telah menjadi subjek yang semakin menarik dalam beberapa tahun kebelakangan ini. Kreativiti, yang ditakrifkan sebagai penghasilan idea baru dan berguna, adalah pemacu kritikal inovasi dan kelebihan daya saing dalam organisasi moden (Amabile, 1988). Memahami bagaimana EI mempengaruhi kreativiti adalah penting bagi organisasi yang ingin memupuk inovasi dan kebolehsuaian dalam dunia yang digerakkan oleh AI.

Untuk memahami hubungan antara EI dan kreativiti, penting untuk mempertimbangkan asas teori kreativiti dalam persekitaran organisasi. Teori komponen kreativiti, yang dicadangkan oleh Amabile (1983), mengenal pasti tiga komponen utama kreativiti individu. pertama, kemahiran berkaitan Domain yang mana kepakaran dan pengetahuan teknikal dalam bidang tertentu. Kedua proses berkaitan kreativiti yang mana gaya kognitif dan ciri-ciri personaliti yang kondusif untuk pemikiran baru. Terakhir ialah motivasi tugas yang melibatkan motivasi intrinsik dalam tugas kreatif.

Berdasarkan ini, teori yang lebih baru telah menekankan peranan faktor sosial dan emosi dalam memupuk kreativiti. Sebagai contoh, teori sosial-kognitif kreativiti menekankan kepentingan interaksi sosial dan pengalaman emosi dalam membentuk hasil kreatif (Bandura, 2018). Penyelidikan secara konsisten telah menunjukkan hubungan positif antara kecerdasan emosi dan kreativiti pekerja. Beberapa mekanisme mendasari hubungan ini iaitu peningkatan penyelesaian masalah. Individu dengan EI yang tinggi lebih mampu menguruskan aspek emosi proses kreatif, termasuk kekecewaan dan ketidakpastian. Pengaturan emosi ini membolehkan penyelesaian masalah dan penjanaaan idea yang lebih berkesan (Parke et al., 2015).

Seterusnya, peningkatan kolaborasi. EI memudahkan kerja berpasukan dan kolaborasi yang lebih baik, yang penting untuk kreativiti kolektif. Individu yang cerdas emosi boleh mengemudi dinamik kumpulan dengan lebih berkesan, memupuk persekitaran yang kondusif untuk pertukaran kreatif (Barczak et al., 2010).

Seterusnya, berlaku peningkatan motivasi intrinsik. EI dikaitkan dengan tahap motivasi intrinsik yang lebih tinggi, komponen utama kreativiti. Pekerja yang cerdas emosi lebih cenderung untuk mendapat kegembiraan dan kepuasan dalam tugas kreatif, mendorong mereka

untuk meneroka idea baru (Carmeli et al., 2014). Juga peningkatan fleksibiliti kognitif, yang mana keupayaan untuk memahami dan mengurus emosi menyumbang kepada fleksibiliti kognitif, membolehkan individu mendekati masalah dari pelbagai perspektif dan menjana penyelesaian yang pelbagai (Jafri et al., 2016).

Secara tidak langsung juga ketahanan menghadapi kegagalan: Proses kreatif sering melibatkan kegagalan dan halangan. Individu yang cerdas emosi lebih mampu bangkit semula dari cabaran-cabaran ini, mengekalkan usaha kreatif mereka (Mayer et al., 2016).

Kajian terkini telah memberikan sokongan empirikal untuk kesan positif yang signifikan EI terhadap kreativiti pekerja. Sebagai contoh, meta-analisis oleh Xu et al. (2019) mendapati korelasi positif yang kuat antara EI dan kreativiti merentasi pelbagai konteks organisasi. Begitu juga, Tong et al. (2022) menunjukkan bahawa EI bukan sahaja mempengaruhi kreativiti individu secara langsung tetapi juga menyederhanakan hubungan antara gaya kepimpinan dan kreativiti pasukan.

Hubungan antara EI dan kreativiti pekerja adalah sangat relevan dalam konteks integrasi AI dalam organisasi. Seiring dengan AI mengambil alih tugas rutin, permintaan untuk kreativiti manusia berkemungkinan akan meningkat. Pekerja yang cerdas emosi yang boleh mengemudi kerumitan kolaborasi manusia-AI sambil mengekalkan kelebihan kreatif mereka akan menjadi aset yang sangat berharga kepada organisasi.

Dalam persekitaran perniagaan yang dinamik dan sangat kompetitif hari ini, kreativiti pekerja telah muncul sebagai sumber penting kelebihan daya saing dan kejayaan organisasi jangka panjang (Amabile, T. M., 1983). Walaupun penyelidikan mengenai kreativiti pekerja telah mendapat perhatian yang signifikan

dalam tahun-tahun kebelakangan ini, masih terdapat keperluan kritikal untuk meneroka interaksi kompleks faktor-faktor yang menyumbang dan meningkatkan hasil kreatif di tempat kerja.

Kreativiti pekerja, yang ditakrifkan sebagai penghasilan idea-idea baru dan berguna yang memberi manfaat kepada organisasi, dipengaruhi oleh pelbagai penentu, termasuk ciri-ciri individu, faktor-faktor organisasi, dan pengaruh luaran (Amabile, T. M., 1983). Walau bagaimanapun, persoalan tentang bagaimana penentu-penentu ini bekerja secara kolektif untuk memupuk kreativiti pekerja masih menjadi isu yang mendesak dalam penyelidikan organisasi.

Kajian terkini telah mengenal pasti beberapa faktor utama yang menyumbang kepada kreativiti pekerja. Ini termasuk motivasi intrinsik, identiti peribadi dan peranan kreatif, konteks kerja, dan limpahan sumber kerja-keluarga (Amabile, T. M., 1983). Tambahan pula, faktor-faktor organisasi seperti sumber yang mencukupi, tekanan beban kerja yang realistik, dan sokongan kumpulan kerja telah didapati memainkan peranan penting dalam memupuk persekitaran yang kreatif (Amabile, T. M., 1983). Sebagai contoh, Li et al. (2018) menunjukkan bahawa autonomi kerja memulakan proses motivasi-kognitif yang berkaitan dengan kreativiti, manakala sokongan penyelia untuk autonomi meningkatkan hubungan ini melalui kesan pengantaraan berurutan motivasi intrinsik dan fleksibiliti kognitif (Amabile, T. M., 1983).

Walaupun kemajuan yang signifikan telah dicapai dalam memahami komponen individu yang mempengaruhi kreativiti pekerja, terdapat keperluan untuk pendekatan yang lebih holistik yang mengkaji bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dan bergabung untuk menghasilkan hasil kreatif. Penyelidikan masa depan harus meneroka kesan sinergi yang berpotensi dari pelbagai penentu dan

menyiasat sama ada kombinasi faktor tertentu lebih berkesan dalam mempromosikan kreativiti merentasi konteks dan industri organisasi yang berbeza.

Penyelidikan ini amat penting atas beberapa sebab. antaranya ialah kelebihan daya saing di mana inovasi memacu kejayaan organisasi, memahami dan memupuk kreativiti pekerja adalah penting untuk mengekalkan kelebihan daya saing di pasaran (Amabile, T. M., 1983). Seterusnya prestasi organisasi, kreativiti pekerja adalah pemacu utama inovasi dalam organisasi, memberi kesan langsung kepada pertumbuhan dan daya saing (Amabile, T. M., 1983). Dengan melabur dalam memahami mekanisme kreativiti, organisasi boleh meningkatkan prestasi keseluruhan mereka dengan lebih berkesan.

Selain itu, peruntukan sumber yang mana banyak organisasi melabur besar dalam mencari cara yang berkesan untuk menggalakkan kreativiti pekerja (Amabile, T. M., 1983). Penyelidikan ini akan membantu memandu peruntukan sumber yang lebih terarah dan cekap ke arah inisiatif peningkatan kreativiti.

Yang paling penting kemajuan teori di mana kajian ini menangani jurang yang signifikan dalam literatur dengan meneroka bagaimana pelbagai penentu kreativiti bekerja secara kombinasi, seperti yang diketengahkan oleh Anderson et al. (2014). Pendekatan ini akan menyumbang kepada pemahaman yang lebih komprehensif tentang proses kreatif dalam persekitaran organisasi.

Seterusnya memberi implikasi Praktikal yang mana penemuan dari penyelidikan ini akan mempunyai implikasi langsung untuk amalan pengurusan, membantu pemimpin mewujudkan persekitaran yang lebih kondusif untuk kreativiti dan inovasi dalam organisasi mereka.

Sementara itu juga, kajian ini dapat menangani faktor luaran dengan memasukkan pengaruh luaran seperti limpahan sumber kerja-keluarga. Penyelidikan ini mengakui kepentingan faktor-faktor di luar persekitaran organisasi, memberikan pandangan yang lebih holistik tentang kreativiti pekerja (Amabile, T. M., 1983).

Kesimpulannya, penyelidikan mengenai hubungan antara kecerdasan emosi dan kreativiti pekerja dalam organisasi adalah penting untuk memajukan pemahaman kita tentang cara memupuk kreativiti di tempat kerja. Dengan mengkaji interaksi kecerdasan emosi, kajian ini akan memberikan pandangan berharga untuk kedua-dua sarjana dan pengamal, akhirnya menyumbang kepada strategi yang lebih berkesan untuk meningkatkan kreativiti pekerja dan kejayaan organisasi dalam ekonomi global yang semakin kompetitif.

Kajian Literatur

Kajian literatur yang komprehensif ini meneroka hubungan antara dimensi kecerdasan emosi (EI) dan kreativiti pekerja, yang diambil daripada kerangka teori dan kajian empirikal. Kajian semula distrukturkan kepada dua bahagian utama: asas teori dan bukti empirikal.

Kerangka Teori

Hubungan antara kecerdasan emosi dan kreativiti didasarkan pada beberapa teori dan model utama: Model kecerdasan Goleman (2002) merujuk kepada keupayaan untuk mengenali dan mengurus perasaan kita sendiri dan untuk mengenali dan bertindak balas secara berkesan terhadap perasaan orang lain. Dalam teori ini terdiri daripada empat aspek iaitu 'kesedaran sendiri' bermaksud kesedaran terhadap diri atau kebolehan mengawal diri dan perasaan dalam sesuatu situasi. Manakala aspek 'pengurusan kawalan diri' adalah suatu keupayaan untuk mengawal

emosi diri yang terbina dari kesedaran terhadap diri, penzahiran emosi dan niat. Ketiga, kesedaran sosial (sosial-awareness) keupayaan untuk melihat dengan tepat emosi orang lain dan membaca situasi dengan sewajarnya. Ia adalah mengenai merasakan apa yang orang lain fikirkan dan rasakan untuk dapat mengambil perspektif mereka menggunakan kapasiti anda untuk empati. Keempat pengurusan perhubungan (relationship management), Keupayaan untuk mengambil emosi sendiri, emosi orang lain, dan konteks untuk menguruskan interaksi sosial dan akhirnya wujud pengurusan perhubungan. Walaupun model ini memberi asas yang kukuh, ia kurang menjelaskan mekanisme khusus yang menghubungkan dimensi-dimensi ini dengan kreativiti.

Teori Amabile menekankan peranan motivasi intrinsik dalam kreativiti, tetapi tidak secara langsung menangani EI. Walau bagaimanapun, Amabile dan Pratt (2016) mencadangkan bahawa EI boleh meningkatkan motivasi intrinsik, membuka laluan untuk penyepaduan teori.

Walaupun kedua-dua model ini menyediakan asas konseptual yang kukuh, terdapat jurang yang ketara dalam pemahaman tentang bagaimana dimensi EI khusus berinteraksi dengan komponen kreativiti. Kajian ini bertujuan untuk merapatkan jurang ini dengan menyiasat hubungan langsung dan tidak langsung antara dimensi EI dan hasil kreatif.

Bukti Empirikal

Banyak kajian empirikal telah mengkaji hubungan antara dimensi EI dan kreativiti pekerja. Antaranya ialah:

Kesedaran Diri dan Kreativiti

Carmeli et al. (2014) mendapati bahawa pekerja yang sedar diri menunjukkan tahap kreativiti yang lebih tinggi dalam tugas penyelesaian masalah. Para penyelidik

mengaitkan ini untuk meningkatkan kejelasan emosi dan keupayaan untuk memanfaatkan maklumat emosi dalam proses idea. Walau bagaimanapun, kajian ini terhad kepada tugas penyelesaian masalah dan mungkin tidak dapat digeneralisasikan kepada semua bentuk kreativiti.

Pengurusan Diri dan Prestasi Kreatif

Parke et al. (2015) menjalankan kajian membujur mendedahkan bahawa pekerja yang mempunyai kemahiran pengurusan diri emosi yang kuat mempamerkan prestasi kreatif yang lebih konsisten dari semasa ke semasa. Ini amat ketara dalam persekitaran kerja tekanan tinggi. Namun, kajian ini tidak mengambil kira faktor persekitaran yang mungkin mempengaruhi hubungan ini.

Kesedaran Sosial dan Kreativiti Pasukan

Penyelidikan oleh Barczak et al. (2010) menunjukkan bahawa pasukan yang mempunyai kecerdasan emosi kolektif yang lebih tinggi, terutamanya dalam domain kesedaran sosial, menghasilkan penyelesaian yang lebih inovatif dalam tugas kumpulan. Ini menunjukkan bahawa EI mungkin mempunyai kesan peringkat individu dan kumpulan terhadap kreativiti. Walau bagaimanapun, kajian ini tidak membezakan antara sumbangan individu dan dinamik kumpulan.

Pengurusan Perhubungan dan Kepimpinan Kreatif

Kajian oleh Castro et al. (2012) mendapati bahawa pemimpin yang mempunyai kemahiran pengurusan perhubungan yang tinggi adalah lebih berkesan dalam memupuk iklim kreatif dalam pasukan mereka. Ini dikaitkan dengan keupayaan mereka untuk memberi inspirasi, mempengaruhi dan membangunkan orang lain. Kajian ini, bagaimanapun, tidak mengambil kira gaya kepimpinan atau

budaya organisasi sebagai faktor berpotensi.

Perspektif Bersepadu dan Rentas Budaya

Jafri et al. (2016) menjalankan kajian komprehensif meneliti keempat-empat dimensi EI berhubung dengan kreativiti pekerja. Penemuan mereka menunjukkan bahawa walaupun semua dimensi berkorelasi positif dengan kreativiti, kesedaran diri dan pengurusan perhubungan mempunyai kuasa ramalan yang paling kuat. Perspektif Rentas Budaya: Meta-analisis oleh Miao et al. (2018) mensintesis hasil daripada pelbagai budaya, mencari hubungan positif yang konsisten antara EI dan kreativiti merentas pelbagai konteks negara. Walau bagaimanapun, kekuatan hubungan ini berbeza-beza, mencadangkan supaya budaya menjadi moderator yang berpotensi. Kedua-dua kajian ini juga kurang dalam menjelaskan mekanisme kausal.

Faktor Pengantaraan dan Penyederhanaan

Kajian terkini telah mula meneroka mekanisme melalui mana EI mempengaruhi kreativiti. Sebagai contoh, Xu et al. (2019) mendapati bahawa keselamatan psikologi menjadi pengantara hubungan antara EI pemimpin dan kreativiti pasukan, manakala Zhu et al. (2021) mengenal pasti autonomi pekerjaan sebagai moderator penting dalam pautan kreativiti EI.

Kajian seterusnya oleh Sapiee et al. (2024) kecerdasan rohani (SI) memberi kesan pengantara terhadap hubungan antara kecerdasan emosi (EI) dan kreativiti pekerja (EC) ke atas 215 pekerja di organisasi badan berkanun Malaysia. Manakala kajian Sapiee et al. (2024) mendapati tret personaliti menjadi perantara yang pelengkap antara kecerdasan emosi dan

kreativiti pekerja dalam kalangan 165 pekerja Islam organisasi badan berkanun Malaysia. Penemuan ini mencadangkan model yang lebih kompleks daripada hubungan langsung yang mudah.

Walaupun bukti empirikal secara konsisten menunjukkan hubungan positif antara EI dan kreativiti, kebanyakan kajian ini bersifat keratan rentas dan kurang dalam menubuhkan hubungan sebab dan akibat. Tambahan pula, terdapat kekurangan penyelidikan yang mengintegrasikan pelbagai dimensi EI dengan pelbagai aspek proses kreatif.

Metod

Reka Bentuk Penyelidikan

Kajian ini dijalankan di salah sebuah agensi badan berkanun. Kajian ini menggunakan kaedah tinjauan dengan reka bentuk keratan rentas untuk memastikan pengumpulan data yang tepat, mengurangkan bias, dan meningkatkan kualiti data, seperti yang dicadangkan oleh Sekaran dan Bougie (2016), Rozmi Ismail (2016). Semasa peringkat awal pengumpulan data, soal selidik telah dibangunkan berdasarkan literatur yang meliputi kecerdasan emosi, dan kreativiti pekerja. Tambahan pula, untuk menambah baik hasil penyelidikan, pengkaji telah mengadaptasi dan menterjemahkan soal selidik dengan menggunakan teknik terjemahan berbalik daripada bahasa Inggeris ke dalam bahasa Melayu (Lomand. , 2016).

Sampel Penyelidikan

Sampel kajian ini terdiri daripada pekerja-pekerja dari sebuah organisasi badan berkanun. Saiz populasi sampel adalah seramai 385 orang. Pengkaji telah menggunakan penentuan saiz sampel melalui aplikasi *Raosoft Sampel Saiz Calculator*. Maka saiz sampel yang diperlukan adalah 160 orang. Kajian ini menggunakan kaedah persampelan kebarangkalian dengan kaedah

persampelan rawak. Pengkaji telah mengedarkan 200 borang soal selidik kepada responden dalam agensi berkenaan. Daripada jumlah tersebut, data 165 borang soal selidik (82.5%) boleh digunakan.

Instrumen dan Prosedur Kajian

Set soal selidik mengandungi empat bahagian utama: Bahagian A: Demografi responden, Bahagian B: soal selidik kecerdasan emosi menggunakan 26 item yang diadaptasi daripada kajian Nasrin & Morshidi (2018), Bahagian C: soal selidik kreativiti pekerja yang mempunyai 14 item yang diadaptasi daripada Ibrahim (2019). Skala Likert 5 mata antara (1) "sangat tidak setuju" hingga (5) "sangat setuju" digunakan untuk menilai setiap item-item dalam set soal selidik tersebut. Pembolehubah demografi seperti jantina, umur, pendidikan, jawatan, status perkahwinan, unit dan jabatan, perkhidmatan, tempoh perkhidmatan, tempat bertugas dan pendapatan turut dimasukkan.

Analisis Data

Data soal selidik tinjauan dianalisis menggunakan SPSS 25.0 dengan menguji pengaruh dimensi kecerdasan emosi terhadap kreativiti pekerja. Bagi menguji hipotesis yang dibina, teknik analisis regresi linear berganda telah dilakukan. Analisis korelasi juga digunakan sebagai pra syarat untuk melihat perhubungan antara pemboleh ubah bebas terhadap pemboleh ubah bersandar sebelum analisis regresi dilaksanakan.

Keputusan dan Perbincangan

Ciri demografi

Jadual 1 menunjukkan ciri demografi responden. Majoriti responden adalah lelaki (51.2%), berumur antara 35 dan 44 tahun (44.2%), memegang sijil dan diploma (38.4%), dan bekerja dalam kumpulan eksekutif (74.4%). Kebanyakan responden telah berkahwin (79.5%), dalam perkhidmatan tetap (98.1%), dengan tempoh bekerja 5-14 tahun (63.6%). Taburan tempat kerja menunjukkan bahawa 22.9% terletak di zon selatan. Selain itu, 41.4% melaporkan pendapatan di bawah RM1500-RM2999.

Jadual 1

Profil Responden

| No. | Ciri-ciri | kategori | Kekerapan | peratusan |
|-----|------------|------------------|-----------|-----------|
| 1 | Jantina | Lelaki | 132 | 51.2 |
| | | Perempuan | 126 | 48.8 |
| 2 | Umur | Bawah 25 tahun | 13 | 5.0 |
| | | 25-34 tahun | 108 | 41.9 |
| | | 35-44 tahun | 114 | 44.2 |
| | | 45-54 tahun | 10 | 3.9 |
| | | 55 tahun ke atas | 13 | 5.0 |
| 3 | Pendidikan | LCE/SRP/PMR | 2 | 0.8 |
| | | MCE/SPM/SPMV | 40 | 15.5 |
| | | HSC/STPM/STAM | 32 | 12.4 |
| | | M | 99 | 38.4 |

| | | | | |
|---|--------------------|----------------|-----|------|
| | | Sijil/Diploma | 79 | 30.6 |
| | | Ijazah | 6 | 2.3 |
| | | Lain-lain | | |
| 4 | Status | Bujang | 49 | 19.0 |
| | | Berkahwin | 205 | 79.5 |
| 5 | Jenis perkhidmatan | Tetap | 253 | 98.1 |
| | | Kontrak | 4 | 1.6 |
| | | Lain-lain | 1 | 0.4 |
| 6 | Pendapatan | Bawah RM1500 | 0 | 0 |
| | | RM1500-RM2999 | 106 | 41.1 |
| | | RM3000-RM4999 | 94 | 36.4 |
| | | RM5000-RM5999 | 35 | 13.6 |
| | | RM6000 ke atas | 23 | 8.9 |

Note: SPM/MCE (Sijil Pelajaran Malaysia/Malaysia Certificate of Education) STPM/HSC (Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia/Higher School Certificate)PMR/SRP/LCE (Penilaian Menengah Rendah/Sijil Rendah Pelajaran/Lower School Certificate).

Dapatan Analisis

Dapatan analisis dalam Jadual 2 menunjukkan korelasi antara dimensi kecerdasan emosi terhadap kreativiti pekerja memerihalkan semua dimensi kecerdasan emosi adalah signifikan

terhadap kreativiti pekerja dengan nilai masing-masing $r = .643$, $p < 0.01$ bagi kesedaran sendiri, $r = .656$, $p < 0.01$ bagi pengurusan diri, $r = .680$, $p < 0.01$ bagi kesedaran sosial dan $r = .722$, $p < 0.01$ bagi pengurusan perhubungan.

Jadual 2

Korelasi antara dimensi kecerdasan emosi terhadap kreativiti pekerja.

| Pemboleh ubah | Kesedaran Kendiri | Pengurusan Diri | Kesedaran Sosial | Pengurusan Perhubungan |
|--------------------|-------------------|-----------------|------------------|------------------------|
| Kreativiti Pekerja | .643** | .656** | .680** | .722** |

** $p \leq 0.001$

Manakala Jadual 3 menunjukkan dapatan analisis regresi berganda dimensi kecerdasan emosi terhadap kreativiti pekerja. Hasil analisis menunjukkan bahawa kecerdasan emosi signifikan terhadap kreativiti pekerja dengan nilai sebanyak 57.4% varians dan ($R^2=.574$, $F(4, 164)= p \leq 0.001$). Hasil dapatan menunjukkan juga kesedaran sendiri dan

kesedaran sosial signifikan terhadap kreativiti pekerja dengan nilai masing-masing ($\beta = .205$, $p = .024^*$), ($\beta = .487$, $p = .000^{**}$). Seterusnya dapatan bagi pengurusan diri dan pengurusan perhubungan menunjukkan tiada pengaruh yang signifikan terhadap kreativiti pekerja dengan nilai masing-masing ($\beta = .144$, $p = .155$), ($\beta = .066$, $p = .580$).

Jadual 3

Analisis regresi berganda dimensi kecerdasan emosi terhadap kreativiti pekerja.

| Pemboleh ubah bebas | | B | Std. Error | t | p |
|------------------------------|---|--------|------------|-------|---------|
| Kesedaran Kendiri | | 0.205 | 0.090 | 2.279 | 0.024* |
| Pengurusan Diri | | 0.144 | 0.101 | 1.428 | 0.155 |
| Kesedaran Sosial | | 0.487 | 0.109 | 4.486 | 0.000** |
| Pengurusan Perhubungan | | 0.066 | 0.119 | 0.555 | 0.580 |
| Pemalar (Kreativiti Pekerja) | | 0.151 | | | |
| R ² | = | 0.574 | | | |
| F | = | 53.956 | p < 0.00** | | |
| SEE | = | 0.404 | | | |
| n | = | 165 | | | |

**p ≤ 0.001, *p ≤ 0.05

Kesimpulan

Banyak kajian lepas telah menggunakan model kesan langsung secara meluas untuk menyiasat hubungan antara kecerdasan emosi dan kreativiti pekerja (Duman et al., 2014; Ezzi et al., 2016; Mobbs, 2020; Nawi et al., 2018; Zulkifli. et al. , 2020). Namun, pengukuran dimensi kecerdasan emosi iaitu kesedaran sendiri, pengurusan diri, kesedaran sosial dan pengurusan perhubungan dalam kreativiti pekerja kurang dikaji. Keadaan ini memberi inspirasi kepada penyelidik untuk mengembangkan literatur dengan menilai kesan dimensi kecerdasan emosi tersebut. Dimensi kesedaran sosial dan kesedaran sosial menunjukkan bahawa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kreativiti pekerja. Penemuan ini mencadangkan bahawa menyedari kepentingan kesedaran sendiri dan kesedaran sosial di tempat kerja boleh meningkatkan kreativiti pekerja. Ini juga menggariskan kepentingan kecerdasan emosi individu, yang membolehkan pekerja mengurus emosi mereka dengan lebih baik, berempati dan bekerjasama dengan orang lain, akhirnya meningkatkan prestasi pasukan, komunikasi dan kepuasan kerja. Pekerja yang mempunyai kecerdasan emosi

yang tinggi cenderung untuk menjadi lebih produktif. Ini penting untuk pertumbuhan dan daya saing organisasi, memupuk inovasi dalam organisasi. Justeru, kebolehan memahami dan mengurus emosi dengan bijak dan kebolehan berfikir secara kreatif, secara kolektif meningkatkan keberkesanan individu dan organisasi secara keseluruhan.

Manakala dimensi pengurus diri dan pengurusan perhubungan menunjukkan tidak signifikan terhadap kreativiti pekerja. Dapatan ini selari dengan kajian oleh Adrian Furnham dan Velicia (2016) menyatakan kreativiti sangat kompleks mempunyai konstruk pelbagai aspek yang dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kecerdasan emosi. Selain itu, Meta-analisis oleh Miao et al. (2020) mendapati bahawa hubungan antara EI dan prestasi kerja (yang boleh merangkumi prestasi kreatif) adalah kompleks dan boleh dipengaruhi oleh pelbagai moderator. Ini menyokong idea bahawa tidak semua dimensi EI mungkin mempunyai kesan langsung ke atas semua hasil kerja. Sementara, Parke et al. (2015) menekankan bagaimana konteks emosi di tempat kerja boleh mempengaruhi hubungan antara kecerdasan emosi dan kreativiti. Ini boleh menjelaskan sebab

dimensi kecerdasan emosi tertentu mungkin lebih atau kurang mempengaruhi kreativiti dalam persekitaran kerja yang berbeza yang berbeza.

Kajian ini memberikan dua implikasi penting: implikasi teori dan implikasi praktikal. Mengenai implikasi teori, kajian ini mengesahkan bahawa dimensi kecerdasan emosi mempengaruhi kreativiti pekerja. Sebagai contoh, individu yang mempunyai kestabilan emosi yang tinggi mempamerkan pengurusan tekanan yang lebih baik dan bertindak balas secara fleksibel terhadap perubahan organisasi. Ini membolehkan mereka mengekalkan kreativiti mereka. Tambahan pula, dari segi implikasi praktikal, kajian ini menawarkan pandangan yang boleh diambil tindakan kepada pengamal untuk meningkatkan kreativiti pekerja dalam organisasi. Untuk mencapai matlamat ini, pihak pengurusan harus menekankan aspek-aspek berikut: Pertama, program latihan kreatif harus dirancang dengan teliti untuk memudahkan pekerja menerapkan kecerdasan emosi. Amalan ini dapat memudahkan pekerja meningkatkan pengurusan emosi yang kondusif kepada kreativiti. Kedua, pihak pengurusan harus menganjurkan sesi perhimpunan rasmi sekurang-kurangnya tiga kali setahun untuk membimbing pekerja dalam meningkatkan kecerdasan emosi. Amalan ini dapat meningkatkan keperibadian, semangat, dan keyakinan pekerja, memupuk kreativiti mereka. Ketiga, program bimbingan rakan sebaya harus dimulakan dengan meningkatkan pekerja berprestasi tinggi untuk menjadi ketua kumpulan, di mana mereka boleh berkongsi cerita yang berjaya, memotivasi dan membimbing ahli kumpulan dalam menyokong emosi dan kreativiti. Keempat, program bimbingan khas untuk pekerja berprestasi rendah perlu diatur untuk mengukuhkan kecerdasan emosi dan kreativiti mereka. Melalui program-program latihan berasaskan kecerdasan emosi yang dilaksanakan, pekerja-pekerja yang mempunyai prestasi kreativiti yang

rendah dapat meningkatkan kreativiti mereka melalui kaedah kesedaran sendiri dengan cara mengetahui kekuatan diri mereka sendiri. Selain itu juga, latihan yang dilaksanakan juga dapat memantapkan lagi kemahiran kreativiti pekerja sedia ada melalui kemahiran-kemahiran lain yang berasaskan elemen kecerdasan emosi.

Beberapa dapatan dalam kajian ini menunjukkan dapatan yang selari dengan kajian-kajian yang telah dilaksanakan (Merida-Lopez et al. 2023; Jafri et al. 2016); Carmeli et al. 2014). Namun begitu terdapat beberapa cadangan lain boleh dilakukan oleh pengkaji lain yang berminat untuk mengkaji perkara ini. Atara perkara yang boleh diberikan perhatian adalah berkaitan dengan penambahbaikan batasan metodologi dan konsep kajian ini. Pertama, kajian masa depan harus meneroka beberapa ciri penting pekerja seperti umur, jantina, status perkahwinan, pekerjaan, pendapatan, dan tahap pendidikan. Ini boleh meningkatkan pemahaman lebih mendalam tentang ciri-ciri pekerja yang berbeza mempengaruhi kreativiti mereka dalam pekerjaan. Kedua, reka bentuk kajian membujur perlu dipertimbangkan kerana ia boleh menunjukkan corak pembolehubah dalam jangka masa yang panjang. Secara tidak langsung akan memberikan data berguna tentang perubahan individu dalam menilai kekuatan dan sifat perhubungan antara pembolehubah. Ketiga, penyelidikan hanya bergantung kepada persepsi pekerja sebagai ukuran untuk menilai hubungan antara pembolehubah dalam model hipotesis. Satu reka bentuk kajian penerokaan perlu dilaksanakan dalam memahami perkaitan antara kecerdasan emosi dan kreativiti pekerja dengan lebih mendalam. Akhir sekali, penyelidikan ini tertumpu kepada badan berkanun sahaja, dan menjamin perluasan kepada organisasi lain, termasuk sektor kerajaan dan swasta.

Rujukan

- Altınay, L., Madanoğlu, G.K., Kromidha, E., Nurmagambetova, A., & Madanoğlu, M. (2020). Mental aspects of cultural intelligence and self-creativity of nascent entrepreneurs: The mediating role of emotionality. *Journal of Business Research*.
- Amabile, T. M. (1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 357-376.
- Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10(1), 123-167.
- Andrabi, N.F., & Rainayee, R.A. (2020). Emotional intelligence and innovative work behaviour: a review. *International Journal of Engineering and Management Research*, 10, 185-192.
- Bandura, A. (2018). Toward a psychology of human agency: Pathways and reflections. *Perspectives on Psychological Science*, 13(2), 130-136.
- Barczak, G., Lassk, F., & Mulki, J. (2010). Antecedents of team creativity: An examination of team emotional intelligence, team trust and collaborative culture. *Creativity and Innovation Management*, 19(4), 332-345.
- Borges, A. F., Laurindo, F. J., Spínola, M. M., Gonçalves, R. F., & Mattos, C. A. (2021). The strategic use of artificial intelligence in the digital era: Systematic literature review and future research directions. *International Journal of Information Management*, 57, 102225.
- Carmeli, A., McKay, A. S., & Kaufman, J. C. (2014). Emotional intelligence and creativity: The mediating role of generosity and vigor. *The Journal of Creative Behavior*, 48(4), 290-309.
- Core, S. (2014). Emotional intelligence in organizations. *eAnnual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 459-488.
- Duman B, Gocen G, Yakar A (2014). The examination of relationships between emotional intelligence levels and creativity levels of pre-service teachers in the teaching-learning process and environments. *Pegem J. Educ. Instruction.*, 4(2), 45-74.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., ... & Williams, M. D. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994.
- Ezzi, F., Azouzi, M. A., & Jarboui, A. (2016). Does CEO emotional intelligence affect the performance of the diversifiable companies? *Cogent Economics & Finance*, 4(1), 1-17.
- Hidayat S, Febrianto Z, Eliyana A, Purwohedi U, Anggraini RD, Emur AP, et al. (2023) Proactive personality and organizational support in television industry: Their roles in creativity. *PLoS ONE*, 18(1), e0280003. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280003>
- Geher, G., Betancourt, K., & Jewell, O. (2017). The link between emotional intelligence and creativity. *Imagination, Cognition and Personality*, 37(1), 5-22. <https://doi.org/10.1177/0276236617710029>
- Goleman, D. (2020). What people (still) get wrong about emotional

- intelligence. *Harvard Business Review Digital Articles*, 2-4.
- Ibrahim, N. (2019). Perhubungan di antara kepimpinan transformasi, pemerkasaan psikologi, dan perilaku positif terhadap kerja dalam kalangan pekerja di Lembaga Tabung Haji Malaysia. Doctor of Philosophy dissertation.
- Jafri, M. H., Dem, C., & Choden, S. (2016). Emotional intelligence and employee creativity: Moderating role of proactive personality and organizational climate. *Business Perspectives and Research*, 4(1), 54-66. UKM, Bangi, Malaysia.
- Lomand, T. C. (2016). Social science research: a cross section of journal articles for discussion & evaluation. Routledge.
- Mérida-López, S., Carvalho, V. S., Chambel, M. J., & Extremera, N. (2023). Emotional intelligence and teachers' work engagement: the mediating and moderating role of perceived stress. *The Journal of Psychology*, 157(3), 212-226.
- Miao, C., Humphrey, R. H., & Qian, S. (2021). Emotional intelligence and servant leadership: A meta-analytic review. *Business ethics, the environment & responsibility*, 30(2), 231-243.
- Mohamad. S. (2020). Revolusi Industri 4.0 : Cabaran dan Peluang. Terengganu Strategic & Integrity Institute (TSIS).
<https://www.tsis.my/wpcontent/uploads/2020/03/PERSPEKTIF-Revolusi-Industri-4.0-Cabaran-danPeluang.pdf>
- Mobbs, A., E., D. (2020). An atlas of personality, emotion and behaviour. *PLoS ONE*, 15(1): e0227877. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0227877>
- Nasrin, N., & Morshidi, A. H. (2019). Kecerdasan emosi (ei) dan perbezaan gender dalam pekerjaan: emotional intelligence (ei) and gender differences in employment. *Jurnal Kinabalu*, 91- 102. <https://doi.org/10.51200/ejk.vi.1923>
- Nawi, N., H., M., Redzuan, M., Ahmad, P., H., M., & Nawi, N., H., M. (2018). Pengujian model hubungan antara kecerdasan emosi, trait personaliti dan tingkah laku kepimpinan terhadap prestasi kerja. *Akademika*, 85(2) 2015:3-16.
- Parke, M. R., Seo, M. G., & Sherf, E. N. (2015). Regulating and facilitating: the role of emotional intelligence in maintaining and using positive affect for creativity. *Journal of applied Psychology*, 100(3), 917.
- Rozmi Ismail. (2016). Metodologi Penyelidikan Teori Dan Praktis. Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia: Bangi. Malaysia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill-building approach. (7th ed.). Wiley & Sons, West Sussex.
- Sundquist D, Lubart T. (2022). Being intelligent with emotions to benefit creativity: emotion across the seven cs of creativity. *J Intell.*, 10(4), 106. doi: 10.3390/jintelligence10040106. PMID: 36412786; PMCID: PMC9680298.
- Tong D, Kang H, Li M, Yang J, Lu P, Xie X. (2022). The impact of emotional intelligence on domain-specific creativity: the mediating role of resilience and the moderating effects of gratitude. *J Intell.* 10(4):115. doi: 10.3390/jintelligence10040115. PMID: 36547502; PMCID: PMC9788310.
- Ummi Kalsom Zakaria, Siti Fardaniah Abdul Aziz, Mohd Nasir Selamat, Nik Hairi Omar. (2020). Faktor Pemindahan Latihan Terhadap Prestasi Kerja Strategik Dalam Kalangan Anggota Jabatan Pengangkutan Jalan Negeri

Selangor: Satu Kajian Teoritikal.
*International Journal Of
Entrepreneurship and Management
Practices*. Volume 3 Issue 12.

- Xu, Xiaobo, Wenling Liu, and Weiguo Pang. 2019. "Are Emotionally Intelligent People More Creative? A Meta-Analysis of the Emotional Intelligence–Creativity Link". *Sustainability*, 11(21), 6123. <https://doi.org/10.3390/su11216123>
- Zulkifli, N., Hamzah, M., I., & Razak, K. A. (2020). Faktor pendorong kreativiti dalam kalangan pelajar politeknik. *Asian People Journal*, 3(2), 77-85.