

**PERAN INNOVATIVE CULTURE DAN PSYCHOLOGICAL CAPITAL TERHADAP
INNOVATIVE WORK BEHAVIOR PADA PELAKU EKONOMI KREATIF DI
DENPASAR**

Happy Indah Sari¹, Komang Rahayu Indrawati²

E-mail: sari.happyindah@gmail.com¹

Fakultas Kedokteran Universitas Udayana^{1,2}

Abstrak

Inovasi erat kaitannya dengan pekerja karena setiap tahapan inovasi memerlukan berbagai macam perilaku dari pekerja secara individual. *Innovative work behavior* pada pelaku ekonomi kreatif tentu menjadi penting untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas pekerja yang kreatif dan inovatif, mengingat pelaku ekonomi kreatif didorong untuk terus berinovasi. *Innovative work behavior* dapat dipengaruhi oleh faktor internal yaitu *psychological capital* dan faktor eksternal yaitu *innovative culture*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui peran *psychological capital* dan *innovative culture* terhadap *innovative work behavior*. Subjek dalam penelitian ini adalah 71 pelaku ekonomi kreatif dari 16 subsektor ekonomi kreatif di Denpasar. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *innovative work behavior*, skala *psychological capital*, dan skala *innovative culture*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil uji regresi berganda menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,813, nilai koefisien determinasi sebesar 0,661, dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dengan koefisien beta terstandarisasi pada variabel *innovative culture* sebesar 0,399 dan *psychological capital* sebesar 0,497. Hasil ini menunjukkan *innovative culture* dan *psychological capital* secara bersama-sama berperan meningkatkan *innovative work behavior*, sehingga *innovative culture* perlu diterapkan pada usaha ekonomi kreatif dan *psychological capital* perlu digunakan sebagai sumber daya untuk meningkatkan *innovative work behavior* pada pelaku ekonomi kreatif di Denpasar.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, *Innovative Culture*, *Innovative Work Behavior*, Pelaku Ekonomi Kreatif, *Psychological Capital*.

Abstract

Innovation is closely linked to employee because each step of innovation requires various behaviors from employee individually. Innovative work behavior in creative workers is crucial in increasing the quantity and quality of creative and innovative workers, considering creative workers are demanded to innovate continuously. Innovative work behavior is influenced by internal factors namely psychological capital and external factors namely innovative culture. This study uses a quantitative method that aims to determine the role of psychological capital and innovative culture on innovative work behavior. The subjects in this study were 71 creative workers from 16 creative economy sectors in Denpasar. The measuring instruments used in this study were the innovative work behavior scale, the psychological capital scale, and the innovative culture scale. The analysis technique used in this study is multiple regression. The results of multiple regression test exhibited a regression coefficient of 0,813, a determination coefficient of 0,661 and a significance value of 0,000 ($p < 0,05$) with a standardized beta coefficient on the innovative culture variable of 0,399 and psychological capital of 0,497. These results indicate that innovative culture and psychological capital play a role altogether in increasing innovative work behavior, thus innovative culture needs to be applied in creative economy sectors and psychological capital needs to be used as a resource to increase innovative work behavior among creative workers in Denpasar.

Keywords: *Creative Economy, Creative Workers, Innovative Culture, Innovative Work Behavior, Psychological Capital.*

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang bertumpu pada ide, kreativitas, budaya dan teknologi sebagai

sumber perekonomian baru bagi Indonesia di masa depan (Bekraf, 2019b). Individu atau kelompok warga negara Indonesia atau badan usaha baik berbadan hukum maupun bukan berbadan hukum yang

didirikan berdasarkan hukum Indonesia yang melakukan kegiatan ekonomi kreatif disebut dengan pelaku ekonomi kreatif. Badan usaha ekonomi kreatif di Indonesia dikategorikan dalam enam belas subsektor, yaitu arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; fesyen; aplikasi dan pengembang permainan; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa (Bekraf & BPS, 2017). Pertumbuhan ekonomi kreatif cenderung lambat, yaitu dari 6,33% tahun 2011, 5,72% tahun 2012, 5,75% tahun 2013, 5,19% tahun 2014, 4,38% tahun 2015, dan 4,95% tahun 2016 (Bekraf, 2018; Bekraf & BPS, 2018b). Rendahnya kualitas dan kuantitas pekerja yang kreatif dan inovatif menjadi salah satu penyebab lambatnya pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia (Bekraf, 2019a).

Inovasi merupakan fenomena penting yang diselidiki di berbagai tingkatan (individu, kelompok, dan organisasi) dan disiplin ilmu (Strobl, Matzler, Nketia, & Veider, 2020). Helmi (dalam Amalya, 2019) menyebutkan bahwa *innovative work behavior* adalah bentuk inovasi pada level individu. De Jong dan Den Hartog (dalam Rulevy & Parahyanti, 2016; Amir, 2015) menjelaskan bahwa *innovative work*

behavior diawali dengan eksplorasi peluang atau ide untuk memperbaiki kondisi saat ini atau menyelesaikan suatu masalah. Selanjutnya, individu menghasilkan ide dan solusi untuk peluang yang ada. Kemudian individu akan mempromosikan ide yang dapat bersumber dari dirinya sendiri atau orang lain kepada pihak-pihak yang berpotensi mendukung ide tersebut. Pada akhirnya, ide akan diwujudkan, dimodifikasi, dan dimasukkan ke dalam rutinitas kerja.

Beberapa penelitian membuktikan bahwa *innovative work behavior* dipengaruhi oleh budaya organisasi (Parashakti, Rizki, & Saragih, 2016; Rosyiana, 2020). Salah satu jenis budaya organisasi yang mendorong inovasi dinamakan *innovative culture* (Tejeiro Koller, 2016; Yu, 2017; Naranjo-Valencia & Calderon-Hernández, 2018). Menurut Naranjo-Valencia & Calderon-Hernández (2018), *innovative culture* adalah nilai-nilai, keyakinan, dan asumsi bersama yang dianut oleh anggota organisasi, yang menyebabkan organisasi cenderung untuk mengeksplorasi peluang dan pengetahuan, sehingga menghasilkan inovasi untuk memenuhi tuntutan pasar.

Meski demikian, hasil penelitian mengenai *innovative culture* dan *innovative work behavior* menunjukkan inkonsistensi. Hasil penelitian Hogan dan

Coote (2014) mengindikasikan bahwa budaya organisasi yang mendukung inovasi berkorelasi positif dengan *innovative work behavior*. Axtell, Holman, Unsworth, Wall, dan Waterson (2000) juga menemukan bahwa faktor kelompok dan organisasi berkorelasi secara signifikan dengan implementasi ide. Di sisi lain, Birdi, Leach, dan Magadley (2014) mengungkapkan bahwa dukungan organisasi berkorelasi positif dengan tahap menghasilkan ide, akan tetapi tidak berkorelasi dengan tahap implementasi ide. Mete (2017) mengatakan bahwa organisasi harus mempunyai sumber daya yang cukup untuk menghasilkan pekerja yang inovatif, sementara Lukoto dan Chan (2016) mengatakan bahwa pekerja dapat menjadi inovatif dengan sumber daya yang terbatas.

Woodman (dalam Li & Zheng, 2014) menyatakan bahwa inovasi adalah hasil interaksi antara lingkungan sosial dan sumber daya pribadi. *Psychological capital* merupakan sumber daya pada individu yang dapat mendorong inovasi (Larson dalam Sameer & Ohly, 2017; Jafar dalam Ziyae, Mobaraki, & Saeediyoun, 2015). *Psychological capital* adalah sumber daya psikologis positif yang di dalamnya terdapat efikasi diri, harapan, optimisme, dan resiliensi

(Luthans, Avolio, & Walumbwa dalam Luthans & Avolio, 2014; Luthans, Youssef, & Avolio, 2007b). Meskipun masing-masing konstruk mampu berfungsi secara mandiri, saat keempat konstruk hadir dan digabungkan akan menjadi konstruk tingkat tinggi yang dinamakan *psychological capital* dan memungkinkan individu untuk lebih kreatif dan inovatif (Luthans, Avolio, Avey, & Norman dalam Levene, 2015; Snyder & Lopez, 2007; Luthans dalam Ziyae, dkk., 2015).

Penelitian mengenai *psychological capital* dan *innovative work behavior* juga menunjukkan hasil yang inkonsisten. Moegni dan Sulistiawan (2012) mengungkapkan bahwa *psychological capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *innovative work behavior*, sedangkan Abbas dan Raja (2015) menemukan bahwa *psychological capital* berkorelasi positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *innovative work behavior*. Berdasarkan uraian di atas mengenai inkonsistensi hasil penelitian terdahulu terkait *innovative culture*, *psychological capital*, dan *innovative work behavior*, maka peneliti ingin mengkaji peran *innovative culture* dan *psychological capital* terhadap *innovative work behavior*, khususnya pada pelaku ekonomi kreatif.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah 71 orang pelaku ekonomi kreatif dari enam belas sub sektor industri kreatif yaitu arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; fesyen; aplikasi dan pengembang permainan; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa yang berlokasi di Denpasar.

Alat ukur penelitian ini menggunakan skala *innovative work behavior*, skala *innovative culture*, dan skala *psychological capital*. Skala *innovative work behavior* disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek *innovative work behavior* dari de Jong dan Den Hartog (2008; 2010). Skala *innovative culture* disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek *innovative culture* dari Martins dan Terblanche (2003), dan skala *psychological capital* yang digunakan merupakan adaptasi skala dari Luthans, dkk., (2007b).

Pada penelitian ini, uji validitas konstruk dilakukan dengan teknik korelasi Pearson pada perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for Social Service*) 26.0 for Windows (Azwar, 2013).

Hasil uji validitas skala *innovative work behavior* menunjukkan nilai koefisien korelasi item total bergerak dari

0,374 - 0,658. Hasil uji reliabilitas skala *innovative work behavior* menunjukkan koefisien *Alpha* sebesar 0,865 yang berarti bahwa skala ini mampu mencerminkan 86,5% variasi skor murni subjek.

Hasil uji validitas skala *innovative culture* menunjukkan nilai koefisien korelasi item total bergerak dari 0,277 - 0,639. Hasil uji reliabilitas skala *innovative culture* menunjukkan koefisien *Alpha* sebesar 0,914 yang berarti bahwa skala ini mampu mencerminkan 91,4% variasi skor murni subjek.

Hasil uji validitas skala *psychological capital* menunjukkan nilai koefisien korelasi item total bergerak dari 0,314 - 0,664. Hasil uji reliabilitas skala *psychological capital* menunjukkan koefisien *Alpha* sebesar 0,894 yang berarti bahwa skala ini mampu mencerminkan 89,4% variasi skor murni subjek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Subjek

Berdasarkan data karakteristik subjek, diperoleh bahwa total subjek berjumlah 71 orang dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 31 orang dan laki-laki sebanyak 40 orang. Mayoritas subjek penelitian memiliki masa kerja < 3 tahun yaitu sebanyak 35 orang. Subjek penelitian berasal dari 16 subsektor ekonomi kreatif di Kota Denpasar dan

mayoritas subjek berasal dari subsektor kuliner, fesyen, dan kriya.

Deskripsi Data Penelitian

Hasil deskripsi statistik pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *innovative work behavior* memiliki nilai rata-rata teoritis sebesar 35 dan nilai rata-rata empiris sebesar 41,3. Mean empiris yang diperoleh lebih besar dari mean teoritis (mean empiris > mean teoritis) menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa subjek memiliki taraf *innovative work behavior* yang tinggi. Rentang skor subjek penelitian adalah antara 30 sampai dengan 52. Berdasarkan penyebaran frekuensi, 56,4% subjek memiliki skor yang berada pada taraf tinggi.

Hasil deskripsi statistik pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *innovative culture* memiliki nilai rata-rata teoritis sebesar 100 dan nilai rata-rata empiris sebesar 116,8. Mean empiris yang diperoleh lebih besar dari mean teoritis, menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa subjek memiliki taraf *innovative culture* yang tinggi. Rentang skor subjek penelitian adalah antara 96 sampai dengan 145. Berdasarkan penyebaran frekuensi, 63,4% subjek memiliki skor yang berada pada taraf tinggi.

Hasil deskripsi statistik pada penelitian ini menunjukkan bahwa *psychological capital* memiliki nilai rata-

rata teoritis sebesar 57,5 dan nilai rata-rata empiris sebesar 72,9. Nilai mean empiris yang diperoleh dari data penelitian menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai mean teoritis (mean empiris > mean teoritis) mengindikasikan subjek memiliki taraf *psychological capital* yang tinggi. Rentang skor subjek penelitian adalah antara 60 sampai dengan 90. Berdasarkan penyebaran frekuensi, 54,9% subjek memiliki skor yang berada pada taraf tinggi.

Uji Asumsi

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normalitas distribusi sebaran skor. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji normalitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa data variabel *psychological capital* berdistribusi normal dengan nilai *kolmogorov-Smirnov* 0,057 ($p > 0,05$). Data pada variabel *innovative culture* berdistribusi normal dengan nilai *kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,062 ($p > 0,05$). Serta data *innovative work behavior* berdistribusi normal dengan nilai *kolmogorov-Smirnov* 0,062 ($p > 0,05$).

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji linieritas dapat dilakukan dengan *compare means* kemudian

menggunakan *test of linearity*. Hubungan antar masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat dikatakan signifikan apabila *linearity* lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) dan *deviation from linearity* diatas 0,05 ($p > 0,05$) (Priyanto, 2012). Berdasarkan hasil uji linearitas pada penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang linear antara variabel *innovative work behavior* dengan variabel *psychological capital* yang diindikasikan dengan nilai signifikansi *linearity* sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan signifikansi *deviation from linearity* 0,921 ($p > 0,05$). Hubungan antara variabel *innovative work behavior* dengan *innovative culture* dapat dikatakan linear karena memiliki nilai signifikansi *linearity* sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan signifikansi *deviation from linearity* 0,581 ($p > 0,05$).

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji adanya korelasi antar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, karena dalam model regresi idealnya antar masing-masing variabel bebas tidak memiliki korelasi (Ghozali, 2016). Adanya multikolinearitas dapat diindikasikan berdasarkan tolerance value atau nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF ≤ 10 dan nilai Tolerance $\geq 0,1$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Field, 2009). Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini

menunjukkan variabel *psychological capital* dan *innovative culture* memiliki nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas.

Berdasarkan uji asumsi berupa uji normalitas, linearitas, dan multikolinearitas yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi secara normal, memiliki hubungan linear antara variabel bebas dan variabel terikat serta tidak terjadi multikolinearitas antar masing-masing variabel bebas, sehingga uji hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan regresi berganda.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji regresi berganda (*Multiple Regression*). Uji regresi berganda dilakukan pada penelitian yang menggunakan dua atau lebih prediktor terhadap variabel terikat (Field, 2009). Pengambilan keputusan dalam pengujian regresi berganda didasarkan pada nilai signifikansi, jika $p < 0,05$ maka prediktor berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Jika nilai $p > 0,05$ maka prediktor tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Santoso, 2014). Pada penelitian ini, uji hipotesis menggunakan metode analisis regresi berganda dengan

bantuan software *SPSS release 26.0*. Berdasarkan hasil uji regresi pada penelitian ini, variabel *psychological capital* dan *innovative culture* memiliki korelasi 81,3% terhadap *innovative work behavior*. Nilai *R Square* menunjukkan 0,661 yang berarti bahwa variabel *psychological capital* dan *innovative culture* dapat menjelaskan 66,1% variabel *innovative work behavior*. Sisanya, 33,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis Lanjutan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *innovative culture* dan *psychological capital* terhadap *innovative work behavior* pada pelaku ekonomi kreatif di Denpasar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan analisis dengan menggunakan teknik regresi berganda, dapat disimpulkan bahwa pada pengujian hipotesis adanya peran *innovative culture* dan *psychological capital* terhadap *innovative work behavior* pada pelaku ekonomi kreatif di Denpasar, dapat diterima.

Variabel *innovative culture* memiliki koefisien beta terstandarisasi sebesar 0,399 yang menandakan *innovative culture* berperan dalam meningkatkan taraf *innovative work behavior*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hogan dan Coote

(2014) terhadap 91 orang kepala firma hukum di Australia, bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara *innovative culture* dengan *innovative work behavior*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi nilai *innovative culture* pada tempat di mana pelaku ekonomi kreatif bekerja maka pelaku ekonomi kreatif semakin berperilaku inovatif. Penelitian lain yang dilakukan oleh Nurbaety dan Rojuaniah (2022) pada 179 pekerja industri *consumer goods* di Bekasi menunjukkan hasil yang serupa yaitu, budaya organisasi memiliki hubungan yang signifikan serta dapat memprediksi *innovative work behavior*. Penelitian Nurbaety dan Rojuaniah (2022) menjelaskan bahwa penciptaan budaya yang kuat dalam organisasi akan memudahkan pemahaman pekerja terhadap nilai-nilai organisasi dan membuat pekerja berjalan ke arah yang sama dengan organisasi. Budaya organisasi yang dikembangkan dengan kepemimpinan yang dapat membuat orang belajar dari kesalahan, bekerja dalam tim, komunikasi yang dilandasi kepercayaan, akan mendorong pekerja untuk menghasilkan ide atau solusi baru tanpa dirugikan dan mengembangkan kreativitas dan inovasi.

Salah satu aspek dalam *innovative culture* adalah strategi, khususnya strategi

inovasi, yaitu tujuan jangka panjang, cara, dan ruang lingkup dimana inovasi (proses, produk, atau layanan) akan digunakan untuk membangun keuntungan strategis. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Sameer dan Ohly (2017) yang menyatakan bahwa sejauh mana pekerja memerhatikan strategi inovasi organisasi menentukan apakah mereka akan menerapkan ide baru untuk produk dan layanan atau tidak.

Visi dan misi organisasi sebagai bagian dari strategi menjadi alat komunikasi yang penting bagi usaha ekonomi kreatif karena deklarasi visi dan misi memengaruhi pembentukan budaya yang kuat dan mampu mengatur perilaku pekerja terhadap konsumen dan perilaku pekerja di dalam organisasi (Ahmed dalam Gomes, dkk., 2015; Candemir & Zalluhoglu, 2013). Visi dan misi yang memasukkan inovasi membantu pekerja memahami ke mana arah organisasi dan nilai-nilai apa yang paling diinginkan dalam organisasi, sehingga dapat dikatakan bahwa organisasi yang memiliki visi dan misi yang menekankan pada inovasi akan mengarahkan pekerja untuk menerapkan inovasi (de Jong & Kemp dalam Sameer & Ohly, 2017; Sameer & Ohly, 2017).

Aspek kedua dalam *innovative culture* adalah struktur. Gomes dkk.,

(2015) menjelaskan bahwa struktur organisasi mengandung nilai-nilai yang dapat memengaruhi pengembangan atau pembatasan kreativitas dan inovasi. Hasil penelitian Kalay dan Lynn (2016) menunjukkan bahwa sentralisasi berkorelasi negatif dan signifikan terhadap inovasi yang artinya struktur organisasi dalam bentuk sentralisasi menghambat inovasi. Sentralisasi berkaitan dengan bagaimana kekuasaan didistribusikan dalam hierarki organisasi dan apakah pekerja didorong untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan atau tidak, termasuk mengambil bagian dalam keputusan mengenai kebijakan strategi dan alokasi sumber daya (Hage & Aiken; Hendricks; Rogers dalam Kalay & Lynn, 2016). Sejahter mana pekerja memiliki kewenangan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan memengaruhi tingkat kreativitas dan inovasi dalam suatu organisasi (Martins & Terblanche dalam Padilha & Gomes, 2016). Pengambilan keputusan yang cepat cenderung mendorong penerapan inovasi (Martins & Terblanche dalam Padilha & Gomes, 2016).

Struktur perusahaan yang fleksibel cenderung lebih inovatif karena mendukung pengembangan dan implementasi ide-ide baru, daripada perusahaan dengan struktur yang kaku.

Fleksibilitas dapat berupa pembentukan *multi-functional team* (MFT), yaitu tim yang anggotanya berasal dari berbagai departemen. Dougherty (dalam Gomes, dkk., 2015) mengamati bahwa dalam kasus inovasi yang sukses, individu bekerja dalam *multi-functional team* sehingga memungkinkan mereka untuk menggabungkan berbagai perspektif. Di sisi lain, Brown dan Eisenhardt (dalam Gomes, dkk., 2015) menemukan bahwa dalam kasus inovasi yang gagal, individu bekerja sesuai fungsi masing-masing sehingga pandangan tiap departemen dominan pada setiap fase pengembangan produk.

Aspek ketiga dalam *innovative culture* adalah *support mechanisms*. *Support mechanisms* meliputi ketersediaan sumber daya, pengakuan dan penghargaan. Pemberian penghargaan dan pengakuan terhadap individu, serta ketersediaan sumber daya seperti waktu, teknologi informasi, pelatihan, dan individu yang kreatif adalah mekanisme yang mendukung kreativitas dan inovasi (Martins & Terblanche dalam Gomes, dkk., 2015). Gomes dkk., (2015) menjelaskan bahwa penghargaan secara finansial dan non-finansial memengaruhi cara individu dalam memenuhi tugas mereka.

Aspek keempat dalam *innovative*

culture adalah *behavior that encourages innovation*. *Behavior that encourages innovation* atau yang disebut dengan stimulus terhadap inovasi oleh Gomes dkk., (2015) meliputi manajemen kesalahan dan peran pemimpin. Cara organisasi menangani kesalahan akan menentukan kebebasan individu dalam berperilaku kreatif dan inovatif. Kesalahan yang terjadi dapat diabaikan, ditutup-tutupi, diberikan sanksi, atau dianggap sebagai kesempatan untuk belajar (Brodtrick dalam Gomes, dkk., 2015). Tanpa mengetahui adanya toleransi terhadap kesalahan di dalam organisasi, individu akan ragu untuk berinovasi atau terlibat dalam aktivitas di luar dari pola tradisional (Ahmed dalam Gomes, dkk., 2015). Organisasi yang sukses tidak hanya menghargai keberhasilan, namun juga mengakui dan melihat kegagalan sebagai kesempatan untuk diskusi dan belajar.

Peran pemimpin juga penting dalam inovasi karena dapat menciptakan atau menghambat inovasi. Kepemimpinan dalam inovasi memerlukan keterbukaan terhadap risiko, ketekunan, dan toleransi terhadap kegagalan (Cornejo & Muñoz dalam Gomes, dkk., 2015). Seorang pemimpin harus mampu memberikan arahan terhadap ide yang diusulkan oleh pekerja dan mengadakan rapat secara berkala untuk memonitor proses inovasi

guna meminimalisir kegagalan inovasi (Sulistiawan, 2017).

Aspek kelima dalam *innovative culture* yaitu *communication*. Komunikasi terbuka memungkinkan individu untuk berbagi informasi dan pengalaman antar individu dari semua tingkatan di perusahaan. Schein (dalam Gomes, dkk., 2015) menegaskan bahwa pembentukan rutinitas dialog dalam kelompok atau antar individu dari tingkat hierarki yang berbeda meningkatkan kreativitas karena karyawan berbagi proses berpikir yang sama, dan mengenali masalah dan tujuan organisasi secara keseluruhan. Hasil penelitian oleh Dougherty (dalam Gomes, dkk., 2015) menunjukkan bahwa komunikasi internal penting dilakukan karena individu dari departemen yang berbeda memahami pengembangan produk dengan cara yang berbeda. Menurut Brown dan Eisenhardt (dalam Gomes, dkk., 2015), semakin baik komunikasi internal dan eksternal perusahaan, maka akan semakin baik pula hasil akhir dari proses pengembangan inovasi.

Taraf *innovative culture* yang tinggi pada pelaku ekonomi kreatif diindikasikan dengan dukungan kuat dari organisasi dan rekan kerja, dan kemampuan adaptif organisasi, yakni kemampuan untuk beradaptasi dalam kondisi yang berubah-

ubah (Sulistiawan, 2017; Borowski, 2021). Lebih lanjut Borowski (2021) menjelaskan bahwa kemampuan adaptif organisasi bergantung pada strategi yang mendorong inovasi, struktur yang menekankan fleksibilitas, sumber daya seperti keuangan dan teknologi yang dialokasikan organisasi, keterbukaan organisasi terhadap ide, dan pertukaran informasi antar pekerja dari berbagai tingkat hierarki yang berbeda. Dengan demikian dapat disimpulkan pelaku ekonomi kreatif yang berada dalam taraf *innovative culture* tinggi, dapat lebih terarah dalam bekerja dengan strategi inovasi yang telah disusun oleh organisasi, lebih memahami inovasi yang akan dikembangkan karena bekerja dalam tim yang anggotanya berasal dari berbagai latarbelakang, lebih termotivasi dalam bekerja karena usaha mereka dihargai oleh manajemen, lebih berani untuk mengambil risiko yang terkalkulasi karena tidak akan berdampak negatif pada pekerja secara individual, dan mengeksplorasi cara-cara inovatif dalam bekerja karena inovasi dikomunikasikan kepada pekerja sebagai nilai budaya yang relevan dan penting bagi organisasi, sehingga hal ini dapat mendorong tingginya *innovative work behavior* pada pelaku ekonomi kreatif.

Variabel *psychological capital*

memiliki koefisien beta terstandarisasi sebesar 0,497 yang menandakan *psychological capital* berperan dalam meningkatkan taraf *innovative work behavior*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rulevy dan Parahyanti (2016) terhadap 398 pekerja dari subsektor penerbitan dan percetakan, bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara tiap komponen *psychological capital* pada pelaku ekonomi kreatif dengan *innovative work behavior*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sameer dan Ohly (2017) pada 120 pekerja dari berbagai organisasi di Mesir menunjukkan hasil yang serupa yaitu, *psychological capital* memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan *innovative work behavior*.

Salah satu komponen yang membangun *psychological capital* adalah efikasi diri. Efikasi diri adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk memobilisasi motivasi, sumber daya kognitif, dan tindakan, yang diperlukan untuk sukses dalam melaksanakan tugas tertentu dalam konteks tertentu (Luthans, Youssef-Morgan, & Avolio, 2015). Efikasi diri yang tinggi dalam kaitannya dengan *innovative work behavior* adalah memungkinkan individu untuk melihat tugas-tugas dalam proses inovasi sebagai sesuatu yang dapat diatasi dengan

keyakinan dan kompetensi yang dimilikinya, sehingga inovasi akan sukses dicapai oleh individu. Sebaliknya, individu dengan efikasi diri yang rendah merasa ragu untuk dapat melakukan tugas-tugas dalam proses inovasi untuk mencapai inovasi (Bandura dalam Sameer & Ohly, 2017). Shane, Locke, dan Collins dalam Sameer dan Ohly (2017) mengatakan bahwa individu dengan efikasi diri yang tinggi lebih mungkin untuk mengambil risiko. Pengambilan risiko yang terkalkulasi diperlukan ketika individu memperjuangkan ide yang dimilikinya (Kleysen & Street dalam Dysart, 2019). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditya dan Ardana (2016) pada 34 orang pekerja di PT. Serasi Autoraya Cabang Denpasar yang menjelaskan adanya hubungan positif antara efikasi diri dengan *innovative work behavior*.

Komponen lain dalam *psychological capital* seperti harapan berbeda dengan efikasi diri. Sameer dan Ohly (2017) mengatakan bahwa efikasi diri berkaitan dengan keyakinan, sedangkan harapan berkaitan dengan aspek kognitif dari individu karena mencakup motivasi dan perencanaan, di mana hal ini sesuai dengan penjelasan dari Snyder, Irving, dan Anderson (dalam Luthans, Youssef-Morgan, & Avolio, 2015) bahwa harapan

adalah kondisi positif yang dirasakan individu untuk memperoleh jalur menuju tujuan yang diinginkan (*pathways*) dan memotivasi diri sendiri untuk menggunakan jalur tersebut (*agency*). Terkait dengan *innovative work behavior*, individu dengan harapan yang tinggi mampu membuat perencanaan yang inovatif dan perencanaan alternatif apabila perencanaan sebelumnya terhalang, serta mengerahkan segala usahanya untuk sukses mewujudkan inovasi. *Innovative work behavior* pada pekerja ekonomi kreatif membutuhkan motivasi internal yang gigih untuk bergerak menghadapi tantangan dan halangan yang ada dalam mengembangkan inovasi pada sektor ekonomi kreatif. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abbas dan Raja (2015), Rulevy dan Parahyanti (2016), dan Sameer & Ohly (2018).

Komponen selanjutnya yang membangun *psychological capital* adalah optimisme. Optimisme yaitu pandangan positif dengan tetap melakukan evaluasi terhadap realita (Luthans & Youssef, 2007c). Luthans, Youssef-Morgan, dan Avolio (2015) menekankan bahwa optimisme yang dimiliki oleh individu harus realistis dan fleksibel. Individu yang optimis akan tetapi tidak realistis akan gagal dalam menganalisis situasi dengan

tepat untuk memahami penyebab mana yang bersifat pribadi dan permanen, dan mana yang dapat dieksternalisasi, bersifat sementara, dan situasional. Optimisme yang fleksibel berarti individu mencoba menilai situasi dengan benar, kemudian memilih kapan harus menggunakan gaya penjelasan yang optimis dan pesimis. Pada kaitannya dengan *innovative work behavior*, individu yang optimis cenderung menghasilkan ide karena ia memiliki pandangan yang positif terhadap keberhasilan ide yang ia miliki (Sameer & Ohly, 2017). Hal ini didukung dengan penjelasan Rulevy dan Parahyanti (2016) bahwa individu yang memiliki optimisme tinggi cenderung bersikap positif untuk berusaha melakukan sebuah perubahan ke arah yang lebih baik, melihat kesempatan-kesempatan di masa depan, dan fokus dalam mengambil kesempatan-kesempatan tersebut.

Komponen terakhir yang membangun *psychological capital* adalah resiliensi. Resiliensi dalam *psychological capital* didefinisikan sebagai pola adaptasi positif selama atau setelah menghadapi kesulitan atau risiko, dan kemampuan untuk bangkit kembali tidak hanya dari kesulitan, namun juga dari peristiwa yang menantang (misalnya data pencapaian target kerja), serta keinginan individu untuk melampaui batas normal (Luthans,

Youssef-Morgan, & Avolio, 2015). Individu dengan resiliensi yang tinggi cenderung inovatif karena mereka lebih bersedia menerima perubahan dan cenderung mengambil risiko (Sameer & Ohly, 2017). Selain itu, Amir (2017) menjelaskan bahwa ketika menghadapi penolakan dari rekan kerja dan/atau manajemen terkait ide yang sedang ia perjuangkan, individu dengan resiliensi akan mengubah ekspektasi ide tersebut, caranya berkomunikasi, dan bernegosiasi untuk mengatasi penolakan dari rekan kerja dan/atau manajemen daripada fokus dan terhenti pada penolakan tersebut. Amir (2017) menambahkan bahwa resiliensi membantu individu untuk terus bereksperimen sebagai bagian dari proses implementasi inovasi. Inovasi suatu produk atau jasa memang melibatkan banyak *trial and error*, khususnya pada tahap implementasi, dimana pekerja menghadapi banyak tantangan dan masalah. Oleh karena itu, dibutuhkan kemampuan untuk bangkit kembali atau resiliensi agar pekerja sukses mencapai inovasi.

Individu dengan efikasi diri yang tinggi tidak menunggu tujuan yang menantang diberikan untuk mereka, akan tetapi mereka menciptakan sendiri tantangan itu dan menantang diri mereka sendiri dengan tujuan yang lebih tinggi

dengan mencari dan secara sukarela terlibat dalam tugas-tugas yang sulit seperti mewujudkan inovasi. Keraguan, umpan balik negatif dari rekan kerja dan/atau manajemen, hambatan, dan bahkan kegagalan berulang akan menghancurkan individu dengan efikasi diri yang rendah dan hanya akan berdampak kecil pada individu dengan efikasi diri yang tinggi (Bandura & Locke dalam Luthans, Youssef-Morgan, & Avolio, 2015). Individu dengan harapan yang tinggi dicirikan dengan memiliki tujuan yang jelas, bertekad untuk mencapai tujuan tersebut yang tercermin pada energi yang mereka investasikan dan perasaan mereka yang jelas tentang pilihan dan kendali atas nasib mereka, dan mampu beralih ke alternatif lain dan terus mengejar tujuan mereka bahkan ketika rintangan dan kemunduran hampir menghentikan pencapaian tujuan mereka (Luthans, Youssef-Morgan, & Avolio, 2015).

Individu dengan optimisme yang tinggi akan terus mencoba ketika dihadapkan pada situasi yang sulit, mengadopsi problem-focused coping jika sesuatu dibawah kendali mereka dan menerima realita jika sesuatu tidak dibawah kendali mereka, serta memandang sesuatu secara lebih positif. Optimisme membantu individu untuk

tidak terlalu fokus pada aspek negatif dari suatu hal, melainkan fokus membuat perencanaan untuk mempersiapkan diri mereka di masa depan. Individu dengan resiliensi yang tinggi melihat permasalahan sebagai peluang untuk kemajuan jika permasalahan tersebut dapat diatasi dengan baik (Luthans, Youssef-Morgan, & Avolio, 2015).

Penelitian oleh Sameer dan Ohly (2017) menyebutkan bahwa individu cenderung untuk berinovasi ketika individu merasa positif. Lebih lanjut Amir (2017) menjelaskan bahwa aspek psikologis positif memungkinkan individu memperoleh informasi dan menjalankan pendekatan terbaik untuk menjalankannya, aspek psikologis positif memunculkan kepercayaan diri dan optimisme pada individu, aspek psikologis positif menjaga sikap terhadap risiko, dan aspek psikologis positif memfasilitasi proses negosiasi, sehingga individu mampu menjalani setiap tahap inovasi dengan baik. Dengan demikian dapat disimpulkan pelaku ekonomi kreatif yang berada dalam taraf *psychological capital* tinggi, dapat lebih yakin dalam menyelesaikan tugas-tugas inovatif, memberikan solusi inovatif yang lebih baik dan lebih banyak, optimis terhadap keberhasilan ide inovatif yang ia perjuangkan, dan mampu bangkit ketika

menghadapi hambatan atau kemunduran dalam proses mewujudkan inovasi, sehingga hal ini dapat mendorong tingginya taraf *innovative work behavior* pada pelaku ekonomi kreatif.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa *innovative culture* dan *psychological capital* berperan dalam meningkatkan taraf *innovative work behavior* pada pelaku ekonomi kreatif di Denpasar sebesar 66,1%, *innovative culture* berperan secara positif dan signifikan dalam meningkatkan taraf *innovative work behavior* pada pelaku ekonomi kreatif di Denpasar, *psychological capital* berperan secara positif dan signifikan dalam meningkatkan taraf *innovative work behavior* pada pelaku ekonomi kreatif di Denpasar, mayoritas pelaku ekonomi kreatif di Denpasar memiliki taraf *innovative culture* yang tergolong tinggi, mayoritas pelaku ekonomi kreatif di Denpasar memiliki taraf *psychological capital* yang tergolong tinggi, dan mayoritas pelaku ekonomi kreatif di Denpasar memiliki taraf *innovative work behavior* yang tergolong tinggi.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan saran kepada pelaku ekonomi kreatif yaitu

pelaku ekonomi kreatif di Denpasar diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan *psychological capital* agar pelaku ekonomi kreatif dapat memanfaatkan *psychological capital* sebagai sumber daya yang mengarahkan pelaku ekonomi kreatif untuk bisa kreatif dan inovatif.

Saran bagi usaha ekonomi kreatif diantaranya usaha ekonomi kreatif diharapkan mampu menetapkan visi dan misi organisasi yang menekankan inovasi, menyusun strategi organisasi yang mendorong inovasi, membangun tim kerja lintas fungsi, memiliki sumber daya (keuangan, teknologi, pekerja yang kreatif dan inovatif, dan sebagainya) yang memadai, terbuka terhadap ide yang diusulkan oleh pekerja, mengapresiasi ide dari pekerja yang mampu menyelesaikan masalah organisasi, dan menerapkan komunikasi yang terbuka antar manajemen dan pekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., & Raja, U. (2015). Impact of psychological capital on innovative performance and job stress. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 32(2), 128-138. Retrieved from <https://philpapers.org/archive/ABBI-O-2>.
- Aditya, D. N. R., & Ardana, K. (2016). Pengaruh iklim organisasi, kepemimpinan transformasional, self efficacy terhadap innovative work behavior. *E-Jurnal Manajemen*, 5(3), 1801-1830. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/17445/13158>
- Amir, M. T. (2017). *Resiliensi dan Perilaku Inovatif*. Jakarta Selatan: Penerbit Universitas Bakrie.
- Azwar, S. (2013). *Reliabilitas dan validitas (Edisi IV)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2016). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Borowski, P. F. (2021). Innovation strategy on the example of companies using bamboo. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 1-17. Retrieved from <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-020-00144-2>
- Gomes, G., Machado, D. D. P. N., & Alegre, J. (2015). Determinants of innovation culture: A study of textile industry in Santa Catarina. *Brazilian Business Review*, 12(4), 99-122. Retrieved from <https://www.bbrronline.com.br/index.php/bbr/article/download/135/206>
- Hogan, S. J., & Coote, L. V. (2014). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. *Journal of business research*, 67(8), 1609-1621. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.09.007>
- Lukoto, K., & Chan, K. Y. (2016, September). The perception of innovative organisational culture and its influence on employee innovative work behaviour. In 2016

- Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET) (pp. 972-977). IEEE. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Kai-Ying-Chan/publication/312402444_The_perception_of_innovative_organizational_culture_and_its_influence_on_employee_innovative_work_behavior/links/5b56be1c45851507a7c415e0/The-perception-of-innovative-organisational-culture-and-its-influence-on-employee-innovative-work-behaviour.pdf
- Luthans, F., Youssef-Morgan, C., & Avolio, B. (2015). *Psychological Capital and Beyond*. New York: Oxford University Press.
- Padilha, C. K., & Gomes, G. (2016). Innovation culture and performance in innovation of products and processes: a study in companies of textile industry. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(4), 285–294. doi: 10.1016/j.rai.2016.09.004
- Ratnaningsih, I. Z., Prihatsanti, U., & Prasetyo, A. R. (2016). Predicting Innovative Behavior Among Employess in a Manufacturing Company: The Role of Psychological Capital. *Anima Indonesian Psychological Capital*, 31(2), 84-90. Retrieved from http://eprints.undip.ac.id/51528/1/Jurnal_Anima_fullpaper_Ika_Zenita.pdf
- Rosyiana, I. (2020). *Perilaku Inovatif Ditinjau Dari Budaya Inovasi, Persepsi Dukungan Organisasi, Kompetensi Inovasi Dan Kontrak Psikologis Dengan Mediator Efikasi Diri Pada Karyawan Sales Marketing Hotel* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA). Retrieved from <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/103283>
- Rulevy, D. F., & Parahyanti, E. (2016). Hubungan psychological capital dan innovative work behavior di industri kreatif: Studi pada karyawan perusahaan XYZ. *Jurnal Psikogenesis*, 4(1), 99-113. Retrieved from <https://doi.org/10.24854/jps.v4i1>.