

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 *Innovative Work Behavior*

#### 2.1.1 Definisi *Innovative Work Behavior*

Prieto dan Pérez-Santana (2014) mendefinisikan *innovative work behavior* sebagai perilaku individu yang bertujuan untuk mencapai inisiatif dan pengenalan (peran kerja, kelompok atau organisasi) dari ide, proses, produk, atau prosedur baru dan berguna. De Jong dan Hartog (2010) mendefinisikan perilaku inovatif sebagai aktivitas individu yang bertujuan untuk memperkenalkan ide-ide baru dan berguna yang berhubungan dengan proses, produk, atau prosedur. Menurut Bagheri dan Morteza (2017) *innovation behavior* adalah perilaku sederhana, dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan hal-hal baru.

Menurut Meza dan Joaquin (2014) inovasi juga dapat menciptakan keunggulan bersaing serta merupakan sarana untuk bertahan hidup dalam menghadapi lingkungan persaingan yang serba tidak pasti. Sedangkan, Ayranci (2011) menyatakan perilaku inovatif merupakan kemampuan individu yang dapat dipelajari, meliputi kemampuan berpikir dengan cara yang berbeda dari individu lain, sensitif terhadap permasalahan, ketidak sempurnaan informasi yang hilang dan tidak konsisten, mencari solusi untuk permasalahan, memformulasikan asumsi-asumsi baru serta melakukan analisis terhadap hasil dari asumsi yang ada. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *innovative work behavior* adalah sebuah perilaku kerja yang bisa dipelajari untuk mengembangkan sebuah pekerjaan dengan cara yang lebih inovatif atau berbeda dengan yang lainnya.

#### 2.1.2 Karakteristik Inovasi

Karakteristik inovasi berdampak pada penerimaan inovasi oleh masyarakat. Karakteristik inovasi yang cepat diterima oleh masyarakat menurut Prieto dan Pérez-Santana (2003) adalah sebagai berikut:

a. Keunggulan relatif

Keunggulan relatif mengacu pada sejauh mana inovasi dianggap dapat menguntungkan penerima. Tingkat keuntungan dan manfaat suatu inovasi dapat diukur berdasarkan nilai ekonomi, status sosial, kesenangan, kepuasan atau komponen penting lainnya di mana semakin bermanfaat serta menguntungkan inovasi tersebut maka penerimaan akan cepat terjadi.

b. Kompabilitas

Kompabilitas yakni tingkat kesesuaian dengan nilai, pengalaman masa lalu, norma yang diyakini oleh penerima memengaruhi kecepatan. Penerima menyadari keberadaan serta perasaan membutuhkan inovasi tersebut. Masyarakat dengan norma yang dapat menyesuaikan maka akan lebih mudah menerima inovasi sebab tidak bergantung pada aturan norma masyarakat.

c. Kerumitan

Kerumitan berarti tingkat kesukaran dalam memahami serta menggunakan inovasi. Inovasi yang mudah dipahami serta mudah digunakan akan dengan mudah dan cepat menyebar sedangkan sebaliknya inovasi yang sulit dipahami dan digunakan maka cenderung lambat penyebarannya.

d. Kemampuan uji coba

Hal ini mengacu pada percobaan pada sebuah inovasi untuk menguji penerimaan masyarakat atau pengguna inovasi. Inovasi yang mampu menjelaskan keunggulan yang dimiliki dan dinilai mampu menjawab kebutuhan masyarakat cenderung dapat dengan cepat diadopsi atau dipelajari

e. Kemampuan untuk diamati

Hal ini terkait dengan kemudahan pengamatan hasil inovasi. Dampak yang diberikan dengan adanya penerapan inovasi ini dari hasil pengamatan yang cenderung mudah dilakukan maka akan mempercepat proses penerimaan dan sebaliknya jika hasil pengamatan inovasi sulit dilakukan maka proses penerimaan inovasi tersebut cenderung lambat.

### 2.1.3 Indikator *Innovative work behavior*

Menurut De Jong dan Hartog (2010), ada empat dimensi *innovative work behavior* yang masing-masing memiliki indikator sebagai berikut:

a. *Idea Generation*

*Idea Generation* terkait dengan produk, layanan atau proses baru, masuk ke pasar baru, peningkatan diproses kerja saat ini, atau secara umum, solusi untuk masalah yang diidentifikasi. Indikator dalam dimensi ini meliputi:

- 1) Memperhatikan isu-isu baru
- 2) Memiliki niat untuk memperbaiki hal-hal dalam pekerjaan

b. *Idea Exploration*

*Idea Exploration* termasuk melihat untuk cara meningkatkan produk, layanan saat ini atau proses atau mencoba memikirkannya dengan cara alternatif. Indikator yang termaksud dalam dimensi ini meliputi:

- 1) Mampu mencari metode, teknik dan instrumen kerja yang baru
- 2) Mampu menghasilkan ide yang benar untuk sebuah masalah
- 3) Mampu menemukan cara baru untuk menyelesaikan pekerjaan

c. *Idea Championing*

*Idea Championing* terkait dengan mencari dukungan dan membangun kerjasama dengan mengekspresikan minat dan kepercayaan diri tentang keberhasilan inovasi, ulet dan melibatkan orang yang tepat. Indikator yang termaksud dalam dimensi ini meliputi:

- 1) Mampu mendorong anggota organisasi untuk menjadi antusias dalam berinovasi
- 2) Mampu meyakinkan orang untuk mendukung ide inovatif

d. *Idea Implementation*

*Idea Implementation* terkait dengan mengupayakan sikap yang berorientasi pada hasil yang diperlukan untuk mewujudkan gagasan. Indikator yang termaksud dalam dimensi ini meliputi:

- 1) Mengenalkan ide-ide inovatif secara sistematis dalam praktik kerja
- 2) Berkontribusi pada implementasi ide-ide baru
- 3) Mampu berupaya dalam pengembangan hal baru

## **2.2 Knowledge Sharing**

### **2.2.1 Definisi Knowledge Sharing**

Untuk suatu organisasi, *knowledge sharing* adalah menangkap, mengorganisasi, menggunakan kembali, dan mentransfer pengetahuan berbasis pengalaman yang berada di dalam organisasi dan membuatnya menjadi pengetahuan yang tersedia untuk orang lain dalam bisnis ini. Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa *knowledge sharing* memiliki peran penting karena memungkinkan organisasi untuk meningkatkan kinerja inovasi dan mengurangi upaya pembelajaran yang berlebihan (Calantone et al., 2002). *Knowledge sharing* dianggap sebagai elemen kunci dalam daya saing dan pertumbuhan organisasi, oleh karena itu, *knowledge sharing* menjadi salah satu kunci kelangsungan hidup organisasi (Lin, 2007). *Knowledge sharing* adalah metode penting untuk memperoleh dan menciptakan pengetahuan di tempat kerja. Ini adalah elemen inti dari *knowledge management*, untuk mencapai *knowledge management* yang sukses, maka harus bisa menjalankan *knowledge sharing* karena berbagi pengetahuan memiliki peran yang penting (Wang & Noe, 2010).

*Knowledge sharing* didefinisikan sebagai pertukaran informasi dan keahlian dalam sebuah organisasi (Zaheer dan Venkatraman, 1995). Dari definisi di atas dapat disimpulkan arti dari *knowledge sharing* adalah memberikan kesempatan kepada anggota suatu kelompok, organisasi atau perusahaan untuk berbagi pengetahuan yang mereka miliki kepada anggota lainnya.

### **2.2.2 Indikator Knowledge Sharing**

Menurut Lin (2007), ada dua dimensi *knowledge sharing* yang masing-masing memiliki indikator sebagai berikut:

#### **a. Knowledge donating**

*Knowledge donating* dapat didefinisikan sebagai proses individu dalam mengkomunikasikan modal intelektual pribadi mereka ke orang lain.

- 1) Membagikan pengetahuan baru kepada orang lain
- 2) Memiliki rekan yang mampu berbagi pengetahuan baru
- 3) Lingkungan kerja terbiasa dengan budaya *knowledge sharing*

#### **b. Knowledge collecting**

*Knowledge collecting* dapat didefinisikan sebagai proses berkonsultasi dengan rekan kerja untuk mendorong mereka dalam berbagi pengetahuan intelektual.

- 1) Membagikan informasi ketika ada yang membutuhkan
- 2) Membagikan kemampuan ketika dibutuhkan
- 3) Memiliki tempat kerja yang bisa berbagi pengetahuan dan kemampuan ketika dibutuhkan

## **2.3 *Creative Self-Efficacy***

### **2.3.1 Konsep Kreatifitas**

Menurut Shalley, Zhou dan Oldham (2004), konsep kreativitas memiliki dasar yang berbeda dengan inovasi. Kreativitas mengacu pada pengembangan ide-ide baru dan berguna bagi suatu organisasi. Walaupun pekerja berbagi ide-ide tersebut dengan pekerja lainnya, ide-ide yang sukses diimplementasikan pada organisasi atau level unit yang dipertimbangkan sebagai inovasi. Dalam pandangan lainnya, kreativitas dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang menghasilkan ide-ide baru dan berguna untuk pengembangan produk, jasa, proses, dan prosedur (Shin, Kim, Lee, & Bian, 2012).

Pekerja yang memiliki ide-ide kreatif diharapkan mampu untuk menerapkan ide-ide tersebut dalam pekerjaannya, mengembangkannya, dan kemudian menyebarkan ide-ide tersebut kepada pekerja lain di dalam organisasi (Joo, McLean & Yang, 2013). Kebaruan dan manfaat yang dimaksud adalah suatu kondisi penting untuk ide atau solusi dikatakan kreatif. Untuk dipertimbangkan menjadi kreatif dalam konteks pekerjaan, kebaruan saja tidak cukup, ide harus berguna. Definisi ini termasuk ke dalam solusi kreatif pada masalah bisnis, strategi bisnis kreatif dan perubahan kreatif dalam proses pekerjaan (Joo et al. 2013).

### **2.3.2 Definisi *Creative Self-Efficacy***

Menurut Hallak et al. (2018) *self-efficacy* diri adalah keyakinan seseorang akan kemampuan dirinya dalam mengatur dan melakukan tindakan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan oleh dirinya. Konsep *self-efficacy* dapat diimplementasikan untuk memahami kreatifitas seseorang dalam kontribusinya

dalam organisasi. *Self-efficacy* merupakan salah satu elemen atau komponen utama untuk tingkat motivasi dalam model tindakan kreatif individual. Oleh karena itu, Hallak et al. (2018) menguraikan bahwa *creative self-efficacy* adalah suatu kepercayaan dalam diri seseorang dalam memobilisasi dan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menghasilkan ide-ide baru dan berguna untuk suatu pemecahan masalah dalam suatu organisasi.

Dengan mengembangkan model efikasi diri Gist dan Mitchell (1992), mereka mengusulkan seperangkat faktor penentu efikasi diri yang secara teoritis berasal dari integrasi literatur tentang efikasi diri dan kreativitas. Pengukuran suatu keyakinan harus disesuaikan dengan domain yang sedang dipelajari (Tierney & Farmer, 2002). Keyakinan dalam kapabilitas tugas merupakan persyaratan untuk penyelesaian tugas dan menjadi kreatif memerlukan domain pengetahuan dan keahlian, upaya kreatif membutuhkan seperangkat keterampilan khusus untuk menghasilkan kreativitas (Tierney & Farmer, 2002).

### **2.3.2 Indikator *Creative Self-Efficacy***

Menurut Hallak et al. (2018) *creative self-efficacy* dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Kemampuan individu dalam menghasilkan ide-ide baru  
Seseorang dapat dikatakan memiliki *creative self-efficacy* jika dia memiliki kemampuan secara kognitif untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang merupakan ide-ide baru dan berguna dalam menyelesaikan pekerjaan.
- b. Kepercayaan diri dalam memecahkan masalah secara kreatif  
Kepercayaan diri yang dimaksud adalah keyakinan akan kemampuan dirinya dalam memecahkan masalah yang terdapat dalam organisasi dengan cara-cara yang kreatif dan efektif.
- c. Ketangkasan untuk mengembangkan lebih jauh ide-ide dari orang lain  
Selain mampu menghasilkan ide-ide yang timbul dari pemikirannya, seseorang yang memiliki *creative self-efficacy* adalah dia yang mampu mengembangkan dan mempertajam ide-ide dari orang lain atau rekan

kerja dengan tujuan bersama yaitu memecahkan masalah dan menciptakan nilai.

## **2.4 Generasi Milenial**

Generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1980 hingga 1995 (Smith & Nichols, 2015). Biasanya generasi milenial ini disebut juga dengan generasi Y, *Nexters*, dan *Nexus generation*. (Ng, Schweitzer, & Lyons, 2010). Generasi ini umumnya merupakan anak dari generasi *baby boomers*. Komunikasi, media, dan teknologi sangat mempengaruhi besar pada generasi ini, sehingga generasi ini membawa dampak bagi terjadinya suatu komunikasi (Walden, Jung, & Westerman, 2017). Generasi ini juga disebut *the Me Me Me generation* karena sifat individualistik yang hanya mementingkan kepentingan diri sendiri (Tulung, Syahid, Janis, & Kalampong, 2019, p. 6). Menurut Seppanen dan Gualtieri, generasi ini memiliki jiwa *entrepreneurship* yang berbeda dari generasi sebelumnya. Generasi ini lebih menyukai pekerjaan-pekerjaan yang sesuai dengan *passion* mereka, lebih mencintai lingkungan, memiliki kepercayaan diri tinggi, memiliki rasa optimistik yang tinggi dan sadar akan hal-hal sosial.

## **2.5 Hubungan Antar Konsep dan Hipotesis Penelitian**

### **2.5.1 Hubungan antara *Knowledge Sharing* dan *Innovative Work Behavior***

Menurut Zaheer dan Venkatraman (1995), *knowledge sharing* memiliki pengaruh positif terhadap inovasi kerja (*innovative work behavior*) karena dengan *sharing* pengetahuan yang dilakukan oleh pekerja menyebabkan adanya tambahan pengetahuan-pengetahuan yang diperlukan untuk mendukung hasil pekerjaan yang lebih inovatif. *Knowledge sharing* menyebabkan pekerja bisa mendapatkan solusi dari berbagai masalah yang dihadapi sehingga mengoptimalkan hasil pekerjaan. Lin (2007) *Knowledge sharing* dianggap sebagai elemen kunci dari daya saing dan pertumbuhan organisasi. Dalam menyelesaikan pekerjaan dibutuhkan kebiasaan berinovasi agar bisa mengembangkan perusahaan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Hal ini menggambarkan setiap individu membutuhkan berbagai pengetahuan dari banyak sumber untuk berinovasi dalam menjalankan pekerjaan menuju yang lebih baik. *Knowledge sharing* memberikan kontribusi dalam perilaku kerja yang inovatif. Oleh karena itu, berbagi pengetahuan akan sangat berguna

untuk kelangsungan hidup organisasi. Berdasarkan uraian di atas, maka sebuah hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Knowledge sharing* berpengaruh terhadap *innovative work behavior*.

### **2.5.2 Hubungan antara *Knowledge Sharing* dan *Creative Self-Efficacy***

Berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) merupakan salah satu metode atau salah satu langkah dalam manajemen pengetahuan (*knowledge management*) yang digunakan untuk memberikan kesempatan kepada anggota suatu kelompok, organisasi, instansi atau perusahaan untuk berbagi pengetahuan yang mereka miliki kepada anggota lainnya (Akram et al., 2018). Sementara, *creative self-efficacy* (CSE) merupakan suatu keadaan yang menyatakan bahwa seorang individu merasa percaya diri untuk mengekspresikan nilai kreatifitas dalam dirinya (Mithal & Dhar, 2015). Dalam penelitiannya, Hu dan Zhao (2016) mengatakan bahwa *knowledge sharing* dapat memengaruhi tingkat *creative self-efficacy* seorang pekerja. Hal ini ini dikarenakan *knowledge sharing* memungkinkan seorang pekerja dan pekerja lainnya untuk bertukar pikiran dan saling mengasah pengetahuan dan ide-ide baru untuk menumbuhkan jiwa kreatifitas sehingga terbentuknya sebuah *creative self-efficacy*. Hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Mithal et al. (2015) yang menyatakan bahwa *knowledge sharing* dapat memperkuat dan memicu tumbuhnya kreatifitas karyawan baik dalam bentuk *self-efficacy* maupun hasil kerja. Berdasarkan uraian di atas, maka sebuah hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: *Knowledge sharing* berpengaruh terhadap *creative self-efficacy*.

### **2.5.3 Hubungan antara *Creative Self-Efficacy* dan *Innovative Work Behavior***

Menurut Tran et al. (2018) menyatakan bahwa *innovative work behavior* dapat dipengaruhi oleh *creative self-efficacy*. Hal ini dapat dinyatakan demikian karena semakin tinggi tingkat kreatifitas seorang pekerja, semakin tinggi juga tingkat inovasinya dalam bekerja. Shalley et al. (2004) juga menguraikan bahwa kreatifitas dan inovasi merupakan dua hal yang berbeda namun keduanya memiliki hubungan. Hubungan tersebut yaitu kreatifitas berpengaruh positif terhadap inovasi

pekerja. Perilaku kreatifitas merupakan suatu kemampuan kognitif seseorang untuk berpikir dengan hal-hal dan ide-ide yang baru sedangkan perilaku inovatif adalah kemampuan pekerjaan untuk menggunakan dan menerapkan sebagian atau keseluruhan gagasan-gagaran baru dan berguna tersebut. Hu dan Zhao (2016) juga telah menyatakan yang hal sama yaitu jika seseorang telah memiliki *creative self-efficacy* yang baik maka kemungkinan besar pekerja tersebut dapat membawa inovasi dalam pekerjaannya secara khusus dan bagi organisasi pada umumnya. Berdasarkan uraian di atas, maka sebuah hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: *Creative self-efficacy* berpengaruh terhadap *innovative work behavior*.

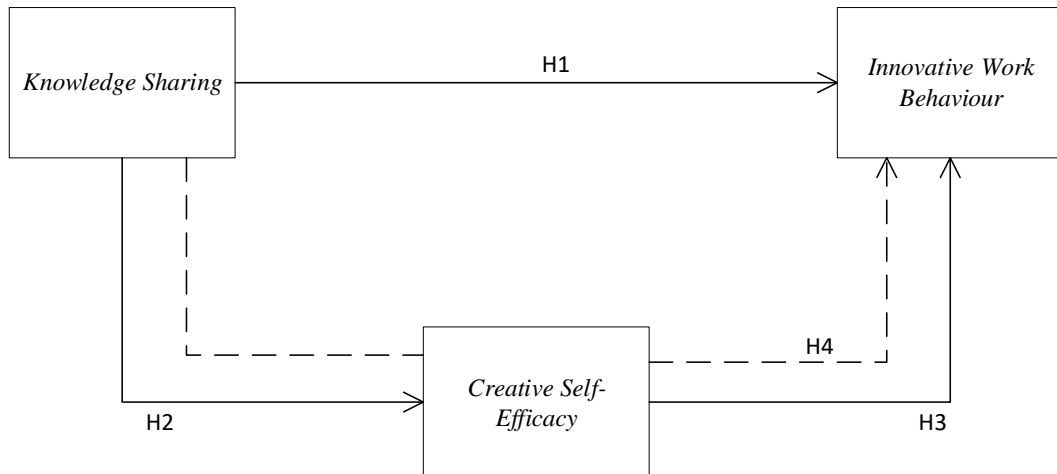
#### **2.5.4 Hubungan antara *Knowledge Sharing* dan *Innovative work behavior* melalui *Creative self-efficacy***

Selain menganalisis pengaruh langsung antar konsep atau variabel, penelitian ini juga akan menganalisis pengaruh tidak langsung dari *knowledge sharing* terhadap *innovative work behavior* di kalangan pekerja milenial di Surabaya. Hu dan Zhao (2016) dalam penelitiannya menggunakan *creative self-efficacy* sebagai variabel intervening yang memoderasi antara *knowledge sharing* dan *innovative work behavior*. Penelitian yang mengases 274 pasangan atasan-bawahan di suatu perusahaan tersebut menyatakan bahwa *creative self-efficacy* secara positif dapat memoderasi *knowledge sharing* dan *innovative work behavior*. Berdasarkan hubungan antar konsep yang telah dijelaskan di atas yaitu hubungan antara *knowledge sharing* dan *creative self-efficacy*, hubungan *creative self-efficacy* dan *innovative work behavior*, maka dapat disimpulkan hipotesis keempat yang dinyatakan sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: *Knowledge sharing* berpengaruh terhadap *innovative work behavior* melalui *creative self-efficacy*.

## 2.6 Kerangka Penelitian

Berdasarkan penjelasan hubungan antar konsep yang dituangkan dalam pengaruh langsung dan tidak langsung serta pengembangan hipotesis di atas, maka studi ini secara logis dapat dijelaskan dalam model atau kerangka penelitian di bawah ini.



**Gambar 2.1 Kerangka penelitian**

Sumber: Hallak (2018); Hu dan Zhao (2016); Lin (2007)

Dari kerangka pemikiran di atas dapat diuraikan bahwa penelitian ini akan menganalisis dan menguji pengaruh *knowledge sharing* dan *creative self-efficacy* sebagai *predictor* dari *innovative work behavior* sebagai target variabel pada *Knowledge Worker* generasi milenial di kota Surabaya. Selain itu, *creative self-efficacy* dalam penelitian ini juga berfungsi sebagai variabel perantara (*intervening*) yang akan digunakan menganalisis pengaruh tidak langsung dari *knowledge sharing* terhadap *innovative work behavior*.