
PENGARUH *ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION* TERHADAP *EMPLOYEES INNOVATIVE WORK BEHAVIOR* MELALUI *EMPLOYEE ENGAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DAN *CREATIVE SELF-EFFICACY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA KARYAWAN *START-UP* DI JAKARTA

Jordi Jayapradesta
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
jordi.117221032@stu.untar.ac.id

Carunia Mulya Firdausy
Program Studi Doktor Ilmu Manajemen, Universitas Tarumanagara
caruniah@pps.untar.ac.id (*corresponding author*)

Masuk: 06-12-2023, revisi: 04-01-2024, diterima untuk diterbitkan: 10-01-2024

Abstract: This research aims to examine the influence of organizational identification on employees' innovative work behavior through employee engagement as a mediating variable and creative self-efficacy as a moderating variable in start-up employees in Jakarta. Five hypotheses were developed according to the number of independent variables with mediation and moderation. The number sample of respondents in this study was 92 employees who worked at start-up companies in Jakarta. The method used to analyze the data was by applying PLS-SEM. The results show that organizational identification influences employee engagement at start-up companies in Jakarta. Also, employee engagement influences employees' innovative work behavior at start-up companies in Jakarta. Organizational identification influences employee innovative work behavior in start-up companies in Jakarta. Organizational identification influences employee innovative work behavior through employee engagement in start-up companies in Jakarta, and creative self-efficacy moderates the influence of employee engagement on employees' innovativeness work behavior at start-up companies in Jakarta. Therefore, start-up companies in Jakarta need to evaluate the level of employee engagement at work, to start implementing education and training for companies regarding the importance of recognition and attachment to the company and how the added value of innovative behavior in employees, as well as to further pay attention to the level of employee engagement by paying attention to determining factors such as employee psychological factors so that you can identify the characteristics of employees who have high employee engagement.

Keywords: Organizational Identification, Employees Innovative Work Behavior, Employee Engagement, Creative Self-Efficacy

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *organizational identification* terhadap *employees' innovative work behavior* melalui *employee engagement* sebagai variabel mediasi dan *creative self-efficacy* sebagai variabel moderasi pada karyawan *start-up* di Jakarta. Dikembangkan 5 hipotesis sesuai dengan banyaknya variabel bebas dengan mediasi dan moderasi. Sampel dalam penelitian ini adalah 92 karyawan yang bekerja di perusahaan *start-up* di Jakarta. Untuk mengolah data-datanya, peneliti menggunakan program SmartPLS untuk uji validitas dan reliabilitas serta pengolahan data, diperoleh kesimpulan bahwa *organizational identification* berpengaruh terhadap *employee engagement* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta, *employee engagement* berpengaruh terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta, *organizational identification* berpengaruh terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta, *organizational identification* berpengaruh terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan melalui *employee engagement* pada perusahaan *start-up* di Jakarta, dan *creative self-efficacy* memoderasi pengaruh *employee engagement* terhadap *employees' innovative work*

behavior karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta. Kontribusi penelitian ini sangat disarankan kepada para pihak perusahaan *start-up* di Jakarta untuk mengevaluasi tingkat *engagement* karyawan yang bekerja, untuk mulai menerapkan edukasi dan *training* kepada perusahaan mengenai pentingnya pengenalan dan keterikatan terhadap perusahaan serta bagaimana nilai lebih dari perilaku inovatif pada karyawan, serta untuk lebih memerhatikan tingkat keterikatan karyawan dengan cara memerhatikan faktor-faktor yang menentukan seperti faktor psikologis karyawan agar dapat diketahui ciri-ciri karyawan yang memiliki keterikatan kerja tinggi.

Kata Kunci: *Organizational Identification, Employees Innovative Work Behavior, Employee Engagement, Creative Self-Efficacy*

PENDAHULUAN

Permasalahan

Inovasi merupakan kemampuan yang sangat penting untuk dimiliki seorang individu dalam organisasi, terutama di era revolusi industri 4.0 yang saat ini dihadapi oleh masyarakat Indonesia (Reni et al., 2020). Pemakaian teknologi digital dan internet telah menghilangkan jarak dan batasan geografis yang membuat semua serba cepat, sehingga inovasi menjadi faktor kunci dari pertumbuhan, penilaian dan performa organisasi (Barsh et al., 2008). Menurut Kuhn dan Marsick (2005), inovasi adalah proses menerjemahkan ide atau penemuan menjadi suatu benda atau layanan yang memberikan nilai lebih untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal tersebut dibutuhkan agar organisasi dapat menanggapi perubahan secara efektif dan fleksibel, sehingga dapat memenangi persaingan di pasar industri (Robbins & Judge, 2017). Alasan ini membuat penelitian terhadap prediktor dari inovasi menjadi sebuah urgensi untuk terus dilakukan sehingga dapat memberikan gambaran lebih jauh untuk mengembangkan perilaku inovatif dalam bekerja.

Salah satu jenis perusahaan yang diketahui sangat membutuhkan inovasi untuk keberlangsungan organisasinya adalah perusahaan *start-up*. Perusahaan *start-up* merupakan perusahaan yang baru 'lahir' sehingga masih banyak perjuangan yang perlu dilakukan untuk menjaga keberadaannya (Salamzadeh & Kesim, 2015). Menurut Suwarno dan Silvianita (2017), perusahaan *start-up* didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki bisnis pada bidang digital dan memiliki pergerakan sangat cepat. Brikman (2015) mendeskripsikan *start-up* digital sebagai perusahaan rintisan yang menghasilkan produk dalam bidang teknologi atau memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi untuk memberikan layanan pada pelanggan. Sebagai entitas baru yang masih membutuhkan banyak pengembangan, perusahaan *start-up* akan banyak berhubungan dengan aktivitas yang membutuhkan ide, kreativitas, inovasi, pengembangan produk atau jasa, dan sebagainya (Salamzadeh & Kesim, 2015). Dari hasil observasi, ditemukan bahwa lebih dari 15.000 karyawan *start-up* di Indonesia di PHK (Setyowati, 2022). Temuan lain yang menarik dari Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia, 49,5% karyawan *start-up* itu merupakan Generasi Z atau penduduk berusia 17-25 tahun pada 2021. Mayoritasnya atau 80,8% karyawan tersebut berpendidikan S1 (Dihni, 2022).

Dari berita tersebut dapat ditarik dua kesimpulan awal, yaitu memang ada fenomena masalah yang terjadi pada sumber daya manusia di industri *start-up*, dan mayoritas dari karyawan di industri *start-up* adalah masyarakat yang lahir di Generasi Z. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan penting mengenai alasan hal tersebut dapat terjadi. Tentunya, PHK dapat terjadi karena beberapa faktor, salah satu faktor yang difokuskan dalam penelitian ini adalah faktor dari ketidakmampuan karyawan untuk mengikuti perkembangan jaman, berinovasi dan berkembang, sehingga membuat perusahaan tidak mampu bersaing dengan perusahaan lain. Padahal, jika dilihat dari karakteristik Generasi Z, dijelaskan bahwa Gen Z memiliki karakter yang menggemari teknologi, fleksibel, lebih cerdas, dan toleran pada perbedaan budaya. Generasi ini juga terhubung secara global dan berjaring di dunia virtual.

Artinya, Generasi Z adalah generasi yang memiliki kelebihan dalam berinovasi dan sangat lekat dengan teknologi (Dwidienawati & Gandasari, 2018).

Employees' innovative work behavior dapat dipengaruhi oleh *organizational identification* dan *employee engagement* (Yosua & Panggabean, 2021). Xu dan Wang (2008) juga menyatakan bahwa identifikasi organisasi berhubungan positif dengan perilaku inovatif karyawan dan keterlibatan kerja memediasi hubungan antara identifikasi organisasi dan perilaku inovatif karyawan. Selain itu, efikasi diri kreatif meningkatkan hubungan keterlibatan kerja dan perilaku inovatif karyawan. Hui et al. (2020) menemukan bahwa *organizational identification* berpengaruh terhadap *employee engagement*. Sedangkan, Newman et al. (2018) dan Karadeniz et al. (2021) menemukan bahwa *creative self-efficacy* memoderasi pengaruh variabel bebas terhadap *employees' innovative work behavior*.

Dari penelitian terdahulu di atas, penelitian ini ingin melengkapi penelitian dengan fokus pada faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *employees' innovative work behavior* meliputi *organizational identification* dan *employee engagement*. Selain itu, penelitian ini juga memadukan variabel moderasi, yaitu *creative self-efficacy*.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *organizational identification* terhadap *employee engagement* karyawan pada perusahaan *start-up*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *employee engagement* terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *organizational identification* terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *organizational identification* terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan melalui *employee engagement* pada perusahaan *start-up*.
5. Untuk mengetahui peranan *creative self-efficacy* dalam memoderasi *employee engagement* terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up*.

TINJAUAN PUSTAKA

Organizational Identification

Organizational identification didefinisikan sebagai perasaan dekat dengan nilai-nilai budaya, tujuan, dan sasaran organisasi karyawan, dan untuk menentukan premis konsep ini. Dalam studi ini, model konseptual termasuk kepercayaan organisasi dan dukungan pemimpin diusulkan untuk mengidentifikasi tempat identifikasi organisasi (Yosua & Panggabean, 2021). Menurut definisi lain, *organizational identification* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang mengidentifikasi dirinya dengan organisasi, telah terbukti memotivasinya untuk berperilaku bermanfaat sesuai dengan kebutuhan organisasi, termasuk dengan menjadi seorang pemimpin (Fritz & van Knippenberg, 2017). Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian DeZure et al. (2014) yang menemukan bahwa banyak dosen yang akhirnya bersedia memimpin karena memandangnya sebagai bentuk pengabdian atau dedikasinya terhadap organisasi. Menurut Qiu (2021), *organizational identification* yang didefinisikan sebagai persepsi kesatuan atau rasa memiliki dengan organisasi, mencerminkan ikatan yang mendasari antara karyawan dan organisasi. Indikator dari *organizational identification* menurut G. Zhang dan Wang (2022), meliputi keterbiasaan mengatakan “kita” daripada “mereka”; sangat tertarik dengan pendapat orang lain tentang tempat saya bekerja; mampu mengidentifikasi tempat saya bekerja; ketika seseorang memuji tempat saya bekerja, rasanya seperti pujian pribadi; keberhasilan tempat saya bekerja adalah keberhasilan saya; dan jika sebuah berita di media mengkritik tempat saya bekerja, saya akan merasa malu.

Employee Engagement

Employee engagement didefinisikan sebagai sebuah kegiatan berhubungan dengan cara berpikir yang tersusun oleh dedikasi, gairah, dan penyerapan (Schaufeli et al., 2002). Gairah ini menegaskan mengenai kemampuan karyawan tersebut ketika dalam menghadapi tekanan karyawan menanggapi dengan keuletan dan semangat dalam kegiatan ataupun pekerjaannya. Dedikasi dapat pula digambarkan dengan “bakti terhadap pekerjaan”, dan juga tergambarkan sebagai antusiasme, inspirasi, kebanggaan, dan tantangan yang dirasakan oleh karyawan dalam ruang lingkup pekerjaan. Penyerapan dijelaskan mengenai dalam pekerjaan karyawan tersebut tenggelam dalam pekerjaannya sampai karyawan pada titik sulit untuk melepaskan diri dari pekerjaan yang dikerjakannya. Afsar et al. (2020) menyatakan indikator dari *employee engagement* meliputi di tempat kerja saya, saya merasa penuh dengan energi; di pekerjaan saya, saya merasa kuat dan bersemangat; ketika saya bangun di pagi hari, saya merasa ingin pergi bekerja; saya antusias dengan pekerjaan saya; pekerjaan saya menginspirasi saya; saya bangga dengan pekerjaan yang saya lakukan; waktu berlalu ketika saya bekerja; ketika saya bekerja, saya melupakan semua hal lain di sekitar saya; dan sulit untuk melepaskan diri dari pekerjaan saya.

Employees’ Innovative Work Behavior

Employees’ innovative work behavior, didefinisikan sebagai “ide dan metode baru dalam produk dan proses yang dihasilkan oleh karyawan berdasarkan kondisi yang ada”, yang meliputi pembangkitan ide-ide baru dan penyelesaian ide-ide baru tersebut, sangat penting untuk inovasi organisasi. Yu (2017) mendefinisikan *employees’ innovative work behavior* sebagai kemampuan mengidentifikasi masalah dan menghasilkan ide, mencari dukungan, mengambil tindakan dan mewujudkan ide. Sedangkan Pian et al. (2019) mendefinisikan *employees’ innovative work behavior* sebagai “proses yang mencakup penciptaan inspirasi, implementasi produk baru, teknologi dan kerajinan, dan pengembangan produk atau layanan.” Indikator dari *employees’ innovative work behavior* menurut Afsar et al. (2020) meliputi: saya memperhatikan masalah yang bukan bagian dari pekerjaan saya sehari-hari; saya bertanya-tanya bagaimana hal-hal dapat ditingkatkan; saya mencari metode, teknik, atau instrumen kerja baru; saya menghasilkan solusi orisinal untuk masalah; saya menemukan pendekatan baru untuk menjalankan tugas; saya berusaha meyakinkan orang untuk mendukung ide inovatif; saya secara sistematis memperkenalkan ide-ide inovatif ke dalam praktik kerja; dan saya berkontribusi pada implementasi ide-ide baru.

Creative Self-Efficacy

Menurut Yu (2017), *creative self-efficacy* didefinisikan sebagai “keyakinan seseorang memiliki kemampuan untuk menghasilkan hasil yang kreatif”. Karena stereotip negatif terkait dengan *self-efficacy* yang lebih rendah untuk melakukan tugas, karyawan yang lebih tua harus memiliki *self-efficacy* yang lebih rendah mengenai kreativitas mereka di tempat kerja. *Self-efficacy* kreatif pada gilirannya merupakan prediktor kuat kreativitas karyawan. Menurut Zhang et al. (2015), kreativitas dapat didefinisikan sebagai produksi ide-ide baru dan berguna mengenai produk, jasa, proses, dan prosedur. sedangkan *creative self-efficacy* didefinisikan sebagai keyakinan seseorang memiliki kemampuan untuk menghasilkan hasil kreatif. *Creative self-efficacy* didefinisikan sebagai ‘keyakinan seseorang memiliki kemampuan untuk menghasilkan hasil kreatif (P. Zhang & Gheibi, 2015), merupakan faktor penting lain yang memengaruhi motivasi intrinsik dan kreativitas. Literatur tentang kreativitas organisasi sebagian besar berkaitan dengan dua pandangan teoretis: model komponen dan model interaksionistik. Menurut Carmeli dan Schaubroeck (2007) dalam G. Zhang dan Wang (2022) indikator dari *creative self-efficacy* meliputi: saya akan dapat mencapai sebagian besar tujuan yang telah saya tetapkan untuk diri saya dengan cara yang kreatif; saat menghadapi tugas yang sulit; saya yakin akan menyelesaikannya secara kreatif; secara umum, saya pikir saya dapat memperoleh hasil yang penting bagi saya dengan cara yang kreatif; saya percaya saya dapat

berhasil paling banyak setiap usaha kreatif yang saya tetapkan dalam pikiran saya; saya yakin bahwa saya dapat melakukan secara kreatif pada banyak tugas yang berbeda; serta dibandingkan dengan orang lain, saya dapat melakukan sebagian besar tugas dengan sangat kreatif.

Kaitan antara *Organizational Identification* dengan *Employee Engagement*

Karyawan dengan *organizational identification* yang tinggi cenderung menunjukkan rasa tim yang kuat dan secara aktif berintegrasi ke dalam organisasi, terlibat dalam aktivitas organisasi secara lebih luas dan mendalam, dan menunjukkan tingkat keterlibatan kerja yang lebih tinggi (Avanzi et al., 2015). Pada saat yang sama, mereka juga akan menggabungkan pengembangan mereka sendiri dengan pengembangan organisasi dan menggabungkan kepentingan mereka sendiri dengan kepentingan organisasi, sehingga mereka akan bekerja lebih keras untuk menyelesaikan tugas dari distribusi organisasi. seseorang yang memiliki keterikatan dengan organisasi akan menginvestasikan kemampuan, keterampilan, dan kompetensi kognitifnya dalam upaya mencapai tujuan bersama. Dalam definisi keterikatan secara emosional, seseorang yang memiliki keterikatan dengan organisasi akan bersedia untuk membangun kedekatan emosional dengan lingkungan kerjanya, tidak menutup diri terhadap umpan-balik yang diberikan, dan tidak merasa abai terhadap apa yang terjadi di sekitarnya (Estherina et al., 2019).

Kaitan antara *Employee Engagement* dengan *Employees' Innovative Work Behavior*

Xu dan Wang (2008) menyatakan bahwa ketika keterlibatan kerja tinggi di antara karyawan, mereka mulai mengambil inisiatif dan mencoba memanfaatkan peluang yang belum dimanfaatkan untuk membuat organisasi sukses. Selain itu, karyawan tersebut karena tingkat energi, antusiasme, dedikasi, dan keterlibatan mereka yang tinggi dalam pekerjaan, melampaui panggilan tugas mereka dengan terlibat dalam perilaku diskresioner, tidak wajib, dan kewarganegaraan. Keterlibatan kerja memberikan motivasi individu untuk menerima situasi yang menantang tanpa kehilangan fokus dan dedikasi. Husin et. al. (2021) menjelaskan bahwa perilaku kerja yang inovatif menantang karena jumlah upaya yang diperlukan untuk benar-benar menerapkan ide inovatif, tingkat energi, ketahanan mental, fokus, kenikmatan, keterlibatan, dan dorongan internal untuk menciptakan dampak, akan membantu individu untuk terlibat dalam upaya inovatif. Keterlibatan kerja meningkatkan kesediaan karyawan untuk berbagi pengetahuan terkait pekerjaan mereka dengan anggota organisasi lain dan/atau secara aktif menyarankan ide-ide baru untuk organisasi mereka, dan mengubah ide-ide baru menjadi aplikasi yang sukses, yaitu perilaku kerja yang inovatif (Rao, 2016). Dengan demikian, karyawan yang menunjukkan keterlibatan dalam pekerjaan mereka lebih mungkin untuk menampilkan perilaku kerja yang inovatif dengan menyarankan dan menerapkan ide-ide yang dapat membawa perbaikan dalam proses yang ada dan menciptakan peluang baru dan belum dimanfaatkan.

Creative Self-Efficacy* Memoderasi Pengaruh *Employee Engagement* terhadap *Employees' Innovative Work Behavior

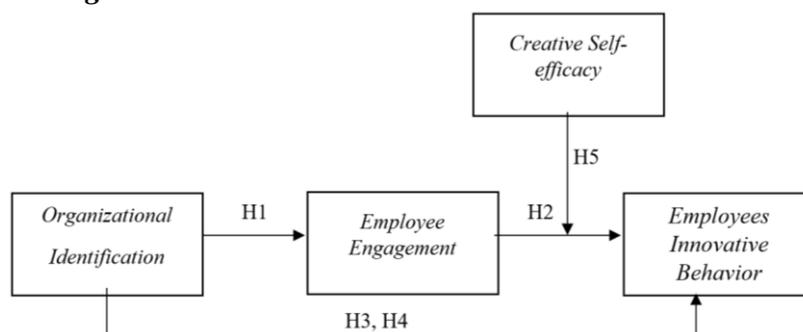
Ketika karyawan dengan *self-efficacy* kreatif rendah menemukan masalah dalam pekerjaan mereka, mereka cenderung mencurigai kemampuan inovatif mereka dan tidak percaya diri dalam menghasilkan hasil inovatif yang efektif untuk meningkatkan *status quo*, sehingga mereka cenderung untuk mengambil peran mediasi perilaku keterlibatan kerja yang inovatif. Sebaliknya, karyawan dengan efikasi diri kreatif yang tinggi juga menghadapi masalah dan akan aktif mencari informasi dan metode perbaikan. Karyawan lebih cenderung mengadopsi perilaku inovatif karena mereka yakin akan kemampuan mereka untuk menghasilkan hasil inovasi yang sukses dan memecahkan masalah dalam proses inovasi. (Karadeniz et al., 2021). Basis pengetahuan profesional yang kaya selalu menjadi salah satu sumber paling penting dari efikasi diri kreatif karyawan. Karyawan dengan efikasi diri kreatif

yang tinggi sangat percaya diri dengan kemampuan inovatif mereka sendiri dan biasanya memiliki kemampuan untuk mengubah ide-ide inovatif mereka menjadi *output* yang kreatif. Selain itu, karyawan dengan efikasi diri kreatif yang tinggi lebih mudah untuk termotivasi untuk terlibat dalam perilaku kreatif dan kemudian mengambil inisiatif untuk mempelajari pengetahuan tentang konten kerja dan prosedur kerja, mencari peluang eksternal atas dasar pekerjaan sebelumnya, mengimplementasikan ide-ide inovatif, dan menghasilkan hasil yang inovatif. Karyawan dengan efikasi diri kreatif yang tinggi cenderung menetapkan tujuan yang sulit untuk diri mereka sendiri. Menurut teori manajemen objektif, tujuan-tujuan ini akan menumbuhkan motivasi kerja dan tingkat keterlibatan kerja karyawan dan kemudian mendorong karyawan untuk mengambil perilaku yang lebih inovatif (Sarwoko, 2020).

Kerangka Pemikiran

Dari penjelasan kaitan antar variabel di atas, kerangka pemikiran penelitian ini dapat dirumuskan pada Gambar 1 model penelitian sebagai berikut.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan dari kerangka pemikiran di atas, maka dirumuskan hipotesis berikut ini:

- H₁: *Organizational identification* berpengaruh terhadap *employee engagement* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta.
- H₂: *Employee engagement* berpengaruh terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta.
- H₃: *Organizational identification* berpengaruh terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta.
- H₄: *Organizational identification* berpengaruh terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan melalui *employee engagement* pada perusahaan *start-up* di Jakarta.
- H₅: *Creative self-efficacy* memoderasi pengaruh *employee engagement* terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta.

METODOLOGI PENELITIAN

Sumber data penelitian ini berasal dari kuesioner yang diberikan kepada 92 karyawan perusahaan *start-up* di Jakarta dengan menggunakan perangkat elektronik melalui Google Form. Perusahaan *start-up* yang dimaksud antara lain Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Blibli. Metode penentuan sampel responden dengan cara *probability sampling*. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis PLS-SEM. Digunakannya metode analisis PLS-SEM sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh G. Zhang dan Wang (2022). Adapun langkah dalam melakukan analisis data meliputi:

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui keakuratan instrumen yang digunakan dalam penelitian (kuesioner). Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang

menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh masing-masing *item* yang dapat berupa pertanyaan maupun pertanyaan dengan skor totalnya. Korelasi antar skor *item* dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik. Dalam Partial Least Square, pengujian validitas menggunakan metode *factor loadings*, dimana apabila nilai *loadings* dari tiap indikator memiliki nilai > 0.7 , maka *item* tersebut dinyatakan valid (Supranto & Limakrisna, 2019).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Supranto dan Limakrisna (2019), dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala dan alat ukur yang sama. Yang dimaksud dengan reliabilitas adalah menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas akan menggunakan *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* dimana jika kedua nilai ini berada di atas 0.6, maka data yang digunakan dinyatakan reliabel (Supranto & Limakrisna, 2019).

Path Coefficients

Path coefficients dapat ditampilkan dalam bentuk standar atau tidak standar. Dengan menggunakan tombol panah yang disorot di sebelah kiri pada gambar di bawah, pengguna dapat beralih di antara segmen (di sini ada tiga yang diminta). Koefisien jalur akan berubah untuk setiap segmen, yang mencerminkan model yang agak berbeda untuk setiap segmen populasi. Karena koefisien akan bervariasi di seluruh proses untuk segmen yang sama, peneliti mungkin ingin rata-rata koefisien jalur di seluruh proses untuk segmen yang sama (Garson, 2016). Jika perbedaan koefisien jalur tidak signifikan dan entropi di bawah 0,5, peneliti menyimpulkan bahwa heterogenitas yang tidak teramat bukanlah masalah dan algoritma PLS global biasa diterapkan.

Uji Hipotesis

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), pengujian hipotesis adalah langkah statistik yang dilakukan untuk mengetahui hasil dari survei atau eksperimen untuk mendapatkan hasil yang berguna. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk *alpha* 5% nilai *t*-statistik yang digunakan adalah 1,96. jika nilai *t*-hitung $< t$ -tabel, maka hipotesis nol ditolak (koefisien regresi signifikan), dan hipotesis alternatif yang dinyatakan dalam penelitian ini diterima pada tingkat signifikan 5% (lima persen).

1. Hipotesis penelitian ditolak apabila nilai *t*-statistik pada model penelitian ini lebih kecil dari 1,96 (t -statistics $< 1,96$).
2. Hipotesis penelitian tidak ditolak apabila nilai *t*-statistik pada model penelitian ini lebih besar dari 1,96 (t - statistics $> 1,96$).

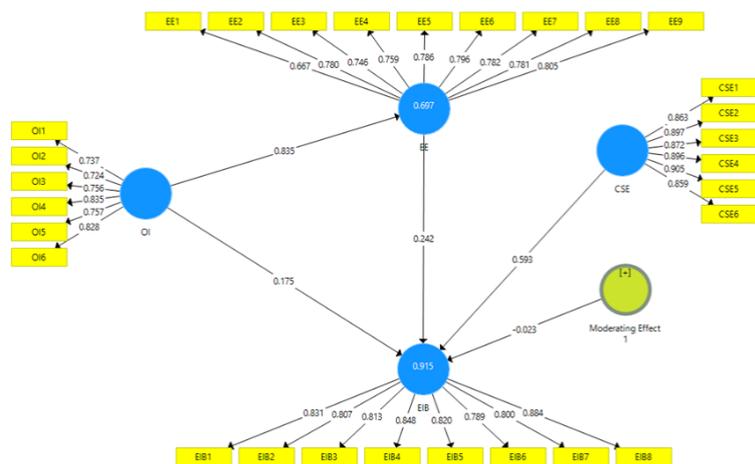
Selain dari uji *t*, pengujian hipotesis dapat dilihat dari pengujian *p*-value melalui metode *bootstrapping* dimana apabila nilai *p*- value $<$ tingkat kesalahan atau *alpha*, maka hipotesis diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas terdiri dari *convergent validity* dan Average Variance Extracted (AVE). Sebuah indikator dikatakan valid jika memiliki *loading factor* di atas 0.7 terhadap konstruk yang dituju (Supranto & Limakrisna, 2019). Berikut adalah hasil *loading factor* pada Gambar 2 dari hasil penelitian menggunakan *software* SmartPLS untuk menguji validitas penelitian ini.

Gambar 2
Loading Factor



Sumber: Peneliti (2023)

Selain itu, pengujian validitas juga dapat diukur berdasarkan nilai Average Variance Extracted (AVE). Berikut nilai hasil pengujian validitas dengan nilai Average Variance Extracted pada Tabel 1.

Tabel 1
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
<i>Organizational Identification</i>	0.599
<i>Employee Engagement</i>	0.590
<i>Employee Innovative Work Behavior</i>	0.680
<i>Creative Self-Efficacy</i>	0.788

Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, menunjukkan nilai Average Variance Extracted penelitian ini memberikan nilai di atas 0.5 pada setiap indikator, yang berarti memiliki nilai yang baik pada setiap indikatornya (Supranto & Limakrisna, 2019).

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk melihat nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Indikator dinyatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* memiliki nilai lebih dari 0.70. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas yang disajikan pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Organizational Identification</i>	0.865	0.899
<i>Employee Engagement</i>	0.913	0.928
<i>Employee Innovative Work Behavior</i>	0.932	0.944
<i>Creative Self-Efficacy</i>	0.943	0.955

Sumber: Peneliti (2023)

Dalam Tabel 2 menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0.70 untuk semua indikator sehingga dapat dikatakan memenuhi nilai yang disarankan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam uji koefisien determinasi digunakan untuk pengujian struktural dalam meneliti hubungan antar variabel. Berikut pada Tabel 3 adalah hasil uji koefisien determinasi (R^2).

Tabel 3

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	R-Square (R^2)	Adjusted R-Square (R^2)
Sebelum Moderasi	0.698	0.693
Sesudah Moderasi	0.837	0.830

Sumber: Peneliti (2023)

Dalam Tabel 3 koefisien determinasi R -Square dapat dijelaskan bahwa hasil nilai R -Square sebelum adanya variabel moderasi adalah sebesar 0.698 sedangkan setelah adanya efek moderasi sebesar 0.837. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel moderasi dalam penelitian ini, yaitu *employees' innovative work behavior* memiliki peranan dalam berkontribusi terhadap variabel *creative self-efficacy* sebesar 0.390.

Hasil Uji Effect Size (f^2)

Pengujian *effect size* digunakan untuk mengukur signifikan hasil penelitian mengenai besar perbedaan antar variabel. Berikut pada Tabel 4 adalah hasil uji *effect size* (f^2).

Tabel 4

Hasil Uji Effect Size (f^2)

Variabel	f^2
CSE → EIB	1.432
EE → EIB	0.195
OI → EIB	0.064
OI → EE	2.296

Sumber: Peneliti (2023)

Dalam Tabel 4, hasil uji *effect size* penelitian ini ditemukan bahwa nilai F -Square antara variabel *creative self-efficacy* dengan *employees' innovative work behavior* sebesar 1.432 yang berarti efek besar. Nilai F -Square antara variabel *employee engagement* dan *employees' innovative work behavior* sebesar 0.195 yang berarti efek sedang. Nilai F -Square antara variabel *organizational identification* dan *employees' innovative work behavior* sebesar 0.064 yang berarti efek kecil. Nilai F -Square antara variabel *organizational identification* dan *employee engagement* sebesar 2.296 yang berarti efek besar.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dihasilkan dengan menggunakan *bootstrapping* melalui SmartPLS. Hasil uji hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dan mencari tahu apakah variabel tersebut ditolak atau diterima. Dengan kriteria t -statistic lebih tinggi dari 1,96 dan p -values lebih kecil dari 0,05. Berikut merupakan hasil uji hipotesis pada Tabel 5.

Tabel 5

Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Path Coefficient	T Statistic	P Values	Keterangan
OI → EE	0.835	18.109	0.000	Diterima
EE → EIB	0.242	3.301	0.001	Diterima
OI → EIB	0.175	2.193	0.029	Diterima
OI → EE → EIB	0.202	3.167	0.002	Diterima
EE → EIB Moderated	0.523	3.698	0.000	Diterima

Sumber: Peneliti (2023)

Analisis dan Pembahasan

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa *organizational identification* berpengaruh signifikan terhadap *employee engagement*. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Avanzi et al. (2015). Hasil pengujian statistik yang menunjukkan bahwa *employee engagement* berpengaruh signifikan terhadap *employees' innovative work behavior* juga didukung penelitian yang dilakukan Xu dan Wang (2008) menyatakan bahwa ketika keterlibatan kerja tinggi di antara karyawan, mereka mulai mengambil inisiatif dan mencoba memanfaatkan peluang yang belum dimanfaatkan untuk membuat organisasi sukses. Selain itu, karyawan tersebut karena tingkat energi, antusiasme, dedikasi, dan keterlibatan mereka yang tinggi dalam pekerjaan, melampaui panggilan tugas mereka dengan terlibat dalam perilaku diskresioner, tidak wajib, dan kewarganegaraan. Keterlibatan kerja memberikan motivasi individu untuk menerima situasi yang menantang tanpa kehilangan fokus dan dedikasi.

Husin et al. (2021) menjelaskan bahwa perilaku kerja yang inovatif menantang karena jumlah upaya yang diperlukan untuk benar-benar menerapkan ide inovatif, tingkat energi, ketahanan mental, fokus, kenikmatan, keterlibatan, dan dorongan internal untuk menciptakan dampak, akan membantu individu untuk terlibat dalam upaya inovatif. Keterlibatan kerja meningkatkan kesediaan karyawan untuk berbagi pengetahuan terkait pekerjaan mereka dengan anggota organisasi lain dan atau secara aktif menyarankan ide-ide baru untuk organisasi mereka, dan mengubah ide-ide baru menjadi aplikasi yang sukses, yaitu perilaku kerja yang inovatif (Rao, 2016). Dengan demikian, karyawan yang menunjukkan keterlibatan dalam pekerjaan mereka lebih mungkin untuk menampilkan perilaku kerja yang inovatif dengan menyarankan dan menerapkan ide-ide yang dapat membawa perbaikan dalam proses yang ada dan menciptakan peluang baru dan belum dimanfaatkan.

Hasil pengujian statistik yang menunjukkan bahwa *organizational identification* berpengaruh signifikan terhadap *employees' innovative work behavior* didukung oleh Avanzi et al. (2015). Karyawan dengan *organizational identification* yang tinggi cenderung menunjukkan rasa tim yang kuat dan secara aktif berintegrasi ke dalam organisasi, terlibat dalam aktivitas organisasi secara lebih luas dan mendalam, dan menunjukkan tingkat keterlibatan kerja yang lebih tinggi. Semakin tinggi keterlibatan karyawan, maka akan semakin tinggi keinginan karyawan untuk memiliki kemajuan dalam perusahaan sehingga akan meningkatkan perilaku karyawan untuk berinovasi dalam bekerja agar dapat mengembangkan perusahaan semakin lebih maju.

Hasil pengujian statistik yang menunjukkan bahwa *organizational identification* berpengaruh signifikan terhadap *employees' innovative work behavior* melalui *employee engagement*. Karyawan dengan *organizational identification* yang tinggi cenderung menunjukkan rasa tim yang kuat dan secara aktif berintegrasi ke dalam organisasi, terlibat dalam aktivitas organisasi secara lebih luas dan mendalam, dan menunjukkan tingkat keterlibatan kerja yang lebih tinggi (Avanzi et al., 2015). Pada saat yang sama, mereka juga akan menggabungkan pengembangan mereka sendiri dengan pengembangan organisasi dan menggabungkan kepentingan mereka sendiri dengan kepentingan organisasi, sehingga mereka akan bekerja lebih keras untuk menyelesaikan tugas dari distribusi organisasi. ketika keterlibatan kerja tinggi di antara karyawan, mereka mulai mengambil inisiatif dan mencoba memanfaatkan peluang yang belum dimanfaatkan untuk membuat organisasi sukses. Selain itu, karyawan tersebut karena tingkat energi, antusiasme, dedikasi, dan keterlibatan mereka yang tinggi dalam pekerjaan, melampaui panggilan tugas mereka dengan terlibat dalam perilaku diskresioner, tidak wajib, dan kewarganegaraan. Keterlibatan kerja memberikan motivasi individu untuk menerima situasi yang menantang tanpa kehilangan fokus dan dedikasi.

Hasil pengujian statistik yang menunjukkan bahwa *creative self-efficacy* memoderasi pengaruh *employee engagement* terhadap *employees' innovative work behavior* juga didukung oleh Karadeniz et al. (2021) dan Sarwoko (2020). Ketika karyawan dengan *self-efficacy* kreatif rendah menemukan masalah dalam pekerjaan mereka, mereka cenderung mencurigai kemampuan inovatif mereka dan tidak percaya diri dalam menghasilkan hasil inovatif yang

efektif untuk meningkatkan *status quo*, sehingga mereka cenderung untuk mengambil peran mediasi perilaku keterlibatan kerja yang inovatif. Sebaliknya, karyawan dengan efikasi diri kreatif yang tinggi juga menghadapi masalah dan akan aktif mencari informasi dan metode perbaikan. Karyawan lebih cenderung mengadopsi perilaku inovatif karena mereka yakin akan kemampuan mereka untuk menghasilkan hasil inovasi yang sukses dan memecahkan masalah dalam proses inovasi (Karadeniz et al., 2021). Basis pengetahuan profesional yang kaya selalu menjadi salah satu sumber paling penting dari efikasi diri kreatif karyawan. Karyawan dengan efikasi diri kreatif yang tinggi sangat percaya diri dengan kemampuan inovatif mereka sendiri dan biasanya memiliki kemampuan untuk mengubah ide-ide inovatif mereka menjadi *output* yang kreatif. Selain itu, karyawan dengan efikasi diri kreatif yang tinggi lebih mudah untuk termotivasi untuk terlibat dalam perilaku kreatif dan kemudian mengambil inisiatif untuk mempelajari pengetahuan tentang konten kerja dan prosedur kerja, mencari peluang eksternal atas dasar pekerjaan sebelumnya, mengimplementasikan ide-ide inovatif dan menghasilkan hasil yang inovatif. Karyawan dengan efikasi diri kreatif yang tinggi cenderung menetapkan tujuan yang sulit untuk diri mereka sendiri. Menurut teori manajemen objektif, tujuan-tujuan ini akan menumbuhkan motivasi kerja dan tingkat keterlibatan kerja karyawan dan kemudian mendorong karyawan untuk mengambil perilaku yang lebih inovatif (Sarwoko, 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, berikut adalah simpulan hasil penelitian ini:

1. *Organizational identification* berpengaruh terhadap *employee engagement* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta.
2. *Employee engagement* berpengaruh terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta.
3. *Organizational identification* berpengaruh terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta.
4. *Organizational identification* berpengaruh terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan melalui *employee engagement* pada perusahaan *start-up* di Jakarta.
5. *Creative self-efficacy* memoderasi pengaruh *employee engagement* terhadap *employees' innovative work behavior* karyawan pada perusahaan *start-up* di Jakarta.

Adapun saran pada penelitian ini yang ditunjukkan pada beberapa pihak, yakni sebagai berikut:

1. Disarankan kepada para pihak perusahaan *start-up* di Jakarta untuk mengevaluasi tingkat *engagement* karyawan yang bekerja.
2. Disarankan kepada para pihak perusahaan *start-up* di Jakarta untuk mulai menerapkan edukasi dan *training* kepada perusahaan mengenai pentingnya pengenalan dan keterikatan terhadap perusahaan serta bagaimana nilai lebih dari perilaku inovatif pada karyawan.
3. Disarankan kepada pihak perusahaan *start-up* di Jakarta untuk lebih memerhatikan tingkat keterikatan karyawan dengan cara memerhatikan faktor-faktor yang menentukan, seperti faktor psikologis karyawan agar dapat diketahui ciri-ciri karyawan yang memiliki keterikatan kerja tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afsar, B., Al-Ghazali, B. M., Cheema, S., & Javed, F. (2020). Cultural intelligence and innovative work behavior: The role of work engagement and interpersonal trust. *European Journal of Innovation Management*, 24(4), 1082–1109. <https://doi.org/10.1108/EJIM-01-2020-0008>
- Avanzi, L., Schuh, S. C., Fraccaroli, F., & van Dick, R. (2015). Why does organizational identification relate to reduced employee burnout? The mediating influence of social support and collective efficacy. *Work and Stress*, 29(1), 1–10. <https://doi.org/10.1080/02678373.2015.1004225>

- Barsh, J., Capozzi, M. M., & Davidson, J. (2008). Leadership and innovation. *McKinsey Quarterly*, 12(1), 25–28. <https://doi.org/10.4324/9781315673202-10>
- Brikman, Y. (2015). *Hello, startup: A programmer's guide to building products, technologies, and teams*. O'Reilly Media.
- Carmeli, A., & Schaubroeck, J. (2007). The influence of leaders' and other referents' normative expectations on individual involvement in creative work. *Leadership Quarterly*, 18(1), 35–48. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2006.11.001>
- DeZure, D., Shaw, A., & Rojewski, J. (2014). Cultivating the next generation of academic leaders: Implications for administrators and faculty. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 46(1), 6–12. <https://doi.org/10.1080/00091383.2013.842102>
- Dihni, V. A. (2022, May 25). Distribusi perusahaan startup RI menurut jumlah karyawan (2021). *databoks.katadata.co.id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/25/ramai-isu-phk-mayoritas-startup-ri-punya-karyawan-di-bawah-50-orang>
- Dwidienawati, D., & Gandasari, D. (2018). Understanding Indonesia's generation Z. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(3), 250–252. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.25.17556>
- Estherina, Y., Puspitarini, E. S., & Rachmawati, R. (2019). Pengaruh dari identifikasi organisasi terhadap keterikatan kerja karyawan: studi kasus pada dosen di Universitas Patron. *Civil Service: Jurnal Kebijakan dan Manajemen PNS*, 13(2), 73–82. <https://jurnal.bkn.go.id/index.php/asn/article/view/224>
- Fritz, C., & van Knippenberg, D. (2017). Gender and leadership aspiration: The impact of organizational identification. *Leadership and Organization Development Journal*, 38(8), 1018–1037. <https://doi.org/10.1108/LODJ-05-2016-0120>
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models* (2016th ed.). Statistical Associates Publishing.
- Hui, L., Qun, W., Nazir, S., Mengyu, Z., Asadullah, M. A., & Khadim, S. (2020). Organizational identification perceptions and millennials' creativity: Testing the mediating role of work engagement and the moderating role of work values. *European Journal of Innovation Management*, 24(5), 1653–1678. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2020-0165>
- Husin, N. H., Abu Mansor, N. N., Kelana, B. W. Y., & Sondoh Jr., S. L. (2021). Employee participation and innovative work behaviour: The mediation effect of work engagement. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(7), 1043–1055. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i7/10571>
- Karadeniz, B., Erzurum, E., Akcan, A. F., & Zaim, S. (2021). Intrinsic motivation and innovative work behavior: The mediating role of creative self-efficacy. *16th International Strategic Management Conference*, 136–144. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.12.04.14>
- Kuhn, J. S., & Marsick, V. J. (2005). Action learning for strategic innovation in mature organizations: key cognitive, design and contextual considerations. *Action Learning: Research and Practice*, 2(1), 27–48. <https://doi.org/10.1080/14767330500041236>
- Newman, A., Tse, H. H. M., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.001>
- Pian, Q. Y., Jin, H., & Li, H. (2019). Linking knowledge sharing to innovative behavior: The moderating role of collectivism. *Journal of Knowledge Management*, 23(8), 1652–1672. <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2018-0753>
- Qiu, L. (2021). The impact of paternalistic leadership on organization identification: A moderated mediation model. *2020 International Conference on New Energy Technology and Industrial Development (NETID 2020)*, 235, 02077. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123502077>

- Rao, V. (2016). Innovation through employee engagement. *Second Asia Pacific Conference on Advanced Research*, 2(2), 1–9. https://apiar.org.au/wp-content/uploads/2016/08/26_APJABSS_APCAR_BRR710_BUS-337-345.pdf
- Reni, A., Hidayat, S., Bhawika, G. W., Ratnawati, E., & Nguyen, P. T. (2020). Maritime technology and the industrial revolution. *Journal of Environmental Treatment Techniques*, 8(1), 250–253. <https://scholar.its.ac.id/en/publications/maritime-technology-and-the-industrial-revolution>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17th ed.). Pearson.
- Salamzadeh, A., & Kesim, H. K. (2015). Startup companies: Life cycle and challenges. *4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE)*, 1–11. <https://tarjomefa.com/wp-content/uploads/2017/01/5929-English-TarjomeFa.pdf>
- Sarwoko, E. (2020). Entrepreneurial leadership and innovative work behavior: The role of creative self-efficacy. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(2), 183–193. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i2.2282>
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., Bakker, A. B., & Gonzales-Roma, V. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71–92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). Wiley.
- Setyowati, D. (2022, May 30). Lebih dari 15 ribu karyawan startup di-PHK bulan ini. *Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/digital/startup/62945fd0304cd/lebih-dari-15-ribu-karyawan-startup-di-phk-bulan-ini>
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2019). *Petunjuk praktis penelitian ilmiah untuk menyusun skripsi, tesis dan disertasi* (5th ed.). Mitra Wacana Media.
- Suwarno, D. J., & Silvianita, A. (2017). Knowledge sharing dan inovasi pada industri startup (Studi pada 15 perusahaan startup di Program Indigo Incubator, Bandung Digital Valley). *Ecodemica*, 1(1), 98–106. <https://doi.org/10.31294/jeco.v1i1.1530>
- Xu, G. Y., & Wang, Z. S. (2008). The impact of transformational leadership style on organizational performance: The intermediary effects of leader-member exchange. *2008 International Conference on Management Science and Engineering 15th Annual Conference Proceedings, ICMSE*, 1090–1097. <https://doi.org/10.1109/ICMSE.2008.4669047>
- Yosua, I., & Panggabean, H. (2021). Factors affecting the affective identity-motivation to lead (AI-MTL) of lecturers: case Study in X University. *Jurnal Psikologi*, 20(1), 62–74. <https://doi.org/10.14710/jp.20.1.62-74>
- Yu, C. (2017). The relationship between undergraduate students' creative ability, career self-management and employ ability. *Advances in Social Sciences*, 6(7), 964–969. <https://doi.org/10.12677/ASS.2017.67138>
- Zhang, G., & Wang, Y. (2022). Organizational identification and employees' innovative behavior: The mediating role of work engagement and the moderating role of creative self-efficacy. *Chinese Management Studies*, 16(5), 1108–1123. <https://doi.org/10.1108/CMS-07-2021-0294>
- Zhang, P., & Gheibi, S. (2015). From intrinsic motivation to employee creativity: The role of knowledge integration and team psychological safety. *European Scientific Journal*, 11(11), 1857–7881. <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/5527>
- Zhang, Y., Long, L., & Zhang, J. (2015). Pay for performance and employee creativity: The importance of procedural justice and willingness to take risks. *Management Decision*, 53(7), 1378–1397. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2013-0596>