



BRPKM

Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental

<http://e-journal.unair.ac.id/index.php/BRPKM>

e-ISSN: 2776-1851



ARTIKEL PENELITIAN

Pengaruh *Psychological Capital* dan *Self-Leadership* Terhadap Perilaku Inovatif Karyawan Pada Industri Pariwisata

ZATA DINI PUTRI KUSUMA NUGROHO & SEGER HANDOYO*

Departemen Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

ABSTRAK

Industri pariwisata merupakan sektor yang sangat dinamis dan memiliki pengaruh besar secara global yang identik dengan transformasi atau perubahan secara konstan. Sehingga, seperti industri manufaktur atau pelayanan lainnya, industri pariwisata memerlukan inovasi untuk bertahan agar jasa ataupun pelayanan yang ditawarkan terus berkembang dan diminati. Untuk memunculkan inovasi pada karyawan di industri pariwisata terdapat banyak faktor yang diantaranya *psychological capital* dan *self-leadership*. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *psychological capital* dan *self-leadership* terhadap perilaku inovatif karyawan industri pariwisata. Penelitian ini menggunakan teknik survei dengan total 147 partisipan. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa baik *psychological capital* maupun *self-leadership* berkorelasi positif dengan perilaku kerja inovatif dengan masing-masing nilai *r* Pearson sebesar 0,379 dan 0,385 dengan $p < 0,001$. Hal tersebut menjelaskan apabila *psychological capital* dan *self-leadership* meningkat maka perilaku kerja inovatif karyawan juga akan meningkat.

Kata kunci: *Psychological Capital, Self-Leadership, Perilaku Kerja Inovatif*

ABSTRACT

The tourism industry is a very dynamic sector and has a major global influence which needs constant transformation and change. So, like the other manufacturing industry, the tourism industry requires innovation to survive so that the services they offered continue to grow and are in demand. To bring innovation to employees in the tourism industry, there are many factors including *psychological capital* and *self-leadership*. Therefore, this study aims to determine the effect of *psychological capital* and *self-leadership* on the innovative behavior of tourism industry employees. This study used a survey technique with a total of 147 participants. The results of this study found that both *psychological capital* and *self-leadership* were positively correlated with innovative work behavior with Pearson's *r* values of 0.379 and 0.385 respectively with $p < 0,001$. This explains that if *psychological capital* and *self-leadership* increase, the innovative work behavior of employees will also increase.

Keywords: *Psychological Capital, Self-Leadership, Innovative Work Behavior*

Buletin Penelitian Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM), tahun, Vol. X(no), pp,

*Alamat korespondensi: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Kampus B Universitas Airlangga Jalan Airlangga 4-6 Surabaya 60286. Surel: seger.handoyo@psikologi.unair.ac.id



Naskah ini merupakan naskah dengan akses terbuka dibawah ketentuan the Creative Common Attribution License (CC-BY-4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), sehingga penggunaan, distribusi, reproduksi dalam media apapun atas artikel ini tidak dibatasi, selama sumber aslinya disitir dengan baik.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu aspek penting dalam mendukung sistem perekonomian negara. Berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia, telah menaruh minat dalam mengembangkan industri pariwisata yang dapat berperan sebagai katalisator penggerak perekonomian negara (Yoeti, 2006). Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Industri pariwisata ini diantaranya dapat digolongkan dalam bentuk usaha perhotelan, makanan dan minuman, *souvenir*, dan tempat wisata.

Menurut Bank Indonesia (BI), pariwisata merupakan sektor paling efektif sebagai pendongkrak devisa Indonesia. Salah satu alasannya karena sumber daya yang dibutuhkan dalam pengembangan pariwisata sudah ada dalam negeri, seperti SDM, letak geografis, sumber daya alam, kuliner, budaya, dan kekayaan lainnya (Rahma, 2020). Pada tahun 2018, kepariwisataan Indonesia tercatat memiliki pertumbuhan tertinggi peringkat ke-9 di dunia oleh *The World Travel and Tourism Council (WTTC)* (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2025 terdapat beberapa strategi untuk pengembangan pariwisata Indonesia, yakni pembangunan destinasi pariwisata nasional, penguatan struktur industri pariwisata, dan pemasaran pariwisata nasional berupa pengembangan pasar wisatawan dan promosi pariwisata (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Pemerintah memiliki beberapa target untuk industri pariwisata di tahun 2024 untuk dapat memiliki total kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 30 juta. Kemudian adapula untuk meningkatkan devisa industri pariwisata menjadi 40 juta USD, serta peningkatan daya saing wisata dan perjalanan menjadi peringkat 30 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2019).

Berdasarkan peringkat daya saing pariwisata, Indonesia berada pada urutan ke 42 dari 136 negara di dunia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Meski terbilang cukup baik, industri pariwisata Indonesia perlu untuk terus berkembang. Hal-hal yang perlu dibenahi dalam industri pariwisata di Indonesia diantaranya adalah sarana & prasarana, sumber daya manusia, serta kebijakan terkait kepariwisataan (Sabon et al., 2018). Hal ini dikarenakan Indonesia masih kurang dalam menjaga keberlanjutan sumber daya alam yang ada serta kurangnya pelestarian dari beberapa budaya yang menyebabkannya hilang atau bahkan diakui negara lain (Sabon et al., 2018). Terkait infrastruktur, Indonesia masih kurang dalam memberikan akses menuju tempat-tempat yang berpotensi menjadi destinasi unggulan pariwisata. Selain itu akses informasi yang masih terbilang terbatas pada beberapa destinasi wisata Indonesia.

Industri pariwisata merupakan sektor yang sangat dinamis dan paling berpengaruh pada persaingan global serta identik dengan transformasi atau perubahan secara konstan. Sehingga, seperti industri manufaktur atau pelayanan lainnya, industri pariwisata memerlukan inovasi untuk bertahan, karena jika tidak maka jasa atau penawaran yang mereka miliki akan ketinggalan jaman dan tidak diminati (Meneses & Teixeira, n.d.).

Semakin banyak negara menyadari dampak ekonomi yang disebabkan oleh industri pariwisata mulai mengadaptasi kebijakan mengenai kepariwisataan yakni mengenai peningkatan fokus pada promosi inovasi (Keller, 2006). Untuk meningkatkan ekonomi pariwisata, inovasi dapat menjadi cara untuk

menawarkan produk/layanan baru dan berkualitas lebih tinggi sehingga mampu bersaing dengan destinasi lainnya (Dzuba, 2004).

Perilaku inovatif dapat didefinisikan sebagai semua tindakan individu yang mengarah pada pembuatan, pengenalan, dan penerapan hal baru yang bermanfaat di tingkat organisasi (Kleysen & Street, 2001). Hal ini tidak terbatas pada pengembangan ide produk dan teknologi baru, tetapi juga termasuk memulai ide baru atau perubahan dalam prosedur administratif yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan kerja atau penerapan ide atau teknologi baru ke proses kerja sehingga dapat meningkatkan efektivitas kerja. Perilaku kerja inovatif merupakan perilaku individu yang bertujuan untuk menggapai intensi dan pengenalan secara sengaja dari ide-ide, proses, produk atau prosedur yang baru dan bermanfaat di dalam peran kerja, kelompok, dan organisasi (de Jong & den Hartog, 2010).

Menurut Li & Zheng (2014), faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku inovatif dibagi menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari komitmen organisasi dan *psychological capital*. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari iklim inovatif organisasi, kepemimpinan, *social capital*, dan karakteristik pekerjaan. Inovasi berhubungan erat dengan karyawan dimana tiap fase beserta kegiatan yang terkait memerlukan berbagai perilaku dari karyawan secara individu. Sehingga, perilaku kerja inovatif merupakan suatu bentuk inovasi pada tingkat individu (Rulevy & Parahyanti, 2018).

Psychological capital (PsyCap) didefinisikan sebagai kapasitas psikologis individu yang ditandai dengan kepercayaan diri dalam mengambil dan mengatasi tugas-tugas yang menantang (*self-efficacy*), atribusi positif dari kesuksesan saat ini dan masa depan (*optimisme*), aspirasi untuk mencapai tujuan — dan jika diperlukan menemukan cara alternatif — untuk mencapai tujuan (*hope*), dan kemampuan untuk pulih dengan cepat ketika menghadapi tantangan atau masalah yang sulit (*resilience*) (Luthans et al., 2006).

Selain faktor internal tersebut, terdapat faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku inovatif. Salah satu faktor eksternal tersebut adalah kepemimpinan (*leadership*). Ketidakpastian dan kegagalan dalam proses inovasi terlihat dari pemimpin yang merasa tertekan dalam proses memberikan kinerja tinggi dan karakteristik transformasional atau perubahan di dalam pekerjaannya. Mengingat peran kepemimpinan yang dominan di tempat kerja, salah satu faktor kunci yang berdampak besar pada inovasi adalah kepemimpinan (YUAN & WOODMAN, 2010).

Self-leadership adalah proses di mana karyawan memotivasi dan mengarahkan diri mereka sendiri untuk mencapai perilaku dan tujuan yang diinginkan (Carmeli et al., 2006). *Self-leadership* yang kreatif mengacu pada proses internal reflektif dimana individu secara sadar dan konstruktif mengatur pikiran dan niatnya menuju terciptanya perubahan, peningkatan, dan inovasi yang diinginkan (Phelan & Young, 2003; Carmeli et al., 2006 dalam (Taştan, 2013).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rulevy dan Parahyanti (2018) pada industri kreatif, ditemukan hubungan yang positif dan signifikan antara tiap komponen *psychological capital* dan perilaku kerja inovatif, dimana aspek *self-efficacy* memiliki hubungan paling kuat terhadap perilaku kerja inovatif. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Taştan (2013) terhadap usaha kecil dan menengah di kota Izmir, Turki, terdapat hubungan positif antara *self-leadership* dengan perilaku kerja inovatif.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini kemudian ditujukan untuk mengkaji mengenai pengaruh dari *psychological capital* dan *self-leadership* terhadap perilaku kerja inovatif. Adapun penelitian ini akan berfokus pada karyawan di industri pariwisata. Hal ini dikarenakan masih sedikitnya penelitian yang membahas pengaruh dari variabel-variabel tersebut di dalam konteks industri pariwisata. Selain itu, mempertimbangkan pentingnya inovasi bagi industri pariwisata yang memiliki daya saing tinggi yang menuntut mereka untuk selalu memiliki penawaran ataupun produk baru agar tetap eksis. Ditambah

pula dengan kondisi eksternal yang selalu berubah dan mempengaruhi kemajuan dari industri tersebut. Adapun hipotesis yang ditawarkan pada penelitian ini terkait dengan pengaruh *psychological capital* dan *self-leadership* terhadap perilaku kerja inovatif karyawan di industri pariwisata (H_a), dengan tujuan penelitian untuk melihat apakah terdapat pengaruh dari *psychological capital* dan *self-leadership* terhadap perilaku kerja inovatif karyawan di industri pariwisata.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian dan pengumpulan datanya memerlukan data yang bersifat angka atau kuantitatif. Ide yang sebelumnya bersifat abstrak akan diubah menjadi sebuah data yang bersifat angka (Neuman, 2007). Tipe penelitian kuantitatif yang digunakan adalah tipe kuantitatif survei. Penelitian survei juga disebut dengan korelasional. Survei dalam penelitian kuantitatif meminta responden untuk merespon pertanyaan terkait dengan kepercayaan, pendapat, karakteristik, tingkah laku, dan pengalaman di masa lalu dan masa sekarang. Penelitian kuantitatif survei menggunakan pertanyaan-pertanyaan dalam kuisioner sebagai panduan untuk mengungkap apa yang ingin diungkap dari responden (Neuman, 2007). Adapun pada penelitian ini, *psychological capital* dan *self-leadership* sebagai variabel independen atau variabel bebas yang memberi efek atau dampak pada variabel dependen. Sedangkan perilaku kerja inovatif sebagai variabel dependen atau variabel yang terkena dampak dari aktivitas variabel independen pada hipotesis sebab-akibat.

Partisipan

Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik sampel purposif menggunakan metode yang bervariasi untuk mendapatkan semua kemungkinan kasus pada populasi yang spesifik dan sulit dijangkau. Dalam teknik sampel ini tidak semua anggota populasi dapat terpilih sebagai sampel (Djamba & Neuman, 2002). Adapun kriteria responden adalah karyawan pada industri pariwisata (Hotel/penginapan, tempat wisata, rumah makan/industri kuliner lainnya, penyedia jasa perjalanan/reservasi (travel), toko oleh-oleh/souvenir). Pemilihan kriteria populasi berdasarkan keterjangkauan penelitian dan urgensi penelitian. Daerah yang dijadikan lokasi pengambilan populasi adalah kota Palembang karena memiliki beberapa destinasi wisata dan berpotensi untuk terus berinovasi. Penelitian ini kemudian memiliki sampel sebanyak 150 partisipan dengan jumlah akhir sebanyak 147 partisipan yang dapat dianalisis dan telah diberikan *informed consent* sebelum terlibat dalam survei yang dilaksanakan. Penentuan jumlah sampel penelitian mengacu pada kalkulasi pada *G*Power* yang membutuhkan 107 partisipan serta ukuran penelitian yang disarankan untuk sebuah penelitian dimana sampel berjumlah lebih dari 30 dan kurang dari 500 (DeliCe, n.d.).

Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diukur, yaitu *psychological capital*, *self-leadership* dan perilaku kerja inovatif. Seluruh skala yang digunakan dalam kuisioner penelitian ini adalah skala Likert yang merupakan skala yang umum digunakan dalam penelitian survei (Djamba & Neuman, 2002).

Adapun skala terbagi menjadi lima poin (1="tidak pernah", 5="sangat sering"). Variabel *Psychological Capital* akan diukur dengan menggunakan instrumen *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) milik Luthans, Youssef, and Avolio (2006) dengan jumlah 24 aitem. Variabel *Self-leadership* diukur menggunakan instrumen *Revised Self-Leadership Questionnaire* (RSLQ) yang dikembangkan oleh Houghton dan Neck (2002) dengan jumlah 35 aitem. Kemudian variabel perilaku kerja inovatif diukur menggunakan instrumen perilaku kerja inovatif adaptasi dari Kleysen dan Street (2001) yang berjumlah 14 aitem.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Alpha-Cronbach* melalui *software* Jamovi versi 1.1.9.0 for Mac. Berdasarkan hasil analisis ketiga alat ukur pada kuisioner, diperoleh hasil reliabilitas pada *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) memiliki reliabilitas sebesar 0,841, kemudian *Revised Self-Leadership Questionnaire* (RSLQ) sebesar 0,879, dan skala perilaku kerja inovatif sebesar 0,858. Menurut Basuki dan Haryanto dalam Arifin (2017), jika angka reliabilitas atau korelasi diatas 0,60 dan kurang dari 1, maka intrumen tersebut memiliki korelasi tinggi atau reliabel, sedangkan jika korelasinya dibawah 0,50 maka korelasinya rendah atau bahkan tidak reliabel. Ketiga skala pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau berkolerasi tinggi karena memiliki nilai diatas 0,60.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui bagaimana persebaran atau distribusi data. Pada penelitian ini penulis menggunakan nilai *skewness* dan *kurtosis* dalam melakukan uji normalitas (Navarro & Foxcroft, 2018). Data yang dapat dikatakan normal apabila nilai *skewness* atau tingkat juling menjauhi +/-1 dan mendekati 0. Kemudian data dapat dikatakan normal bila nilai *kurtosis* menjauhi +/-2 dan mendekati 0. Berikut adalah nilai *skewness* dari *psychological capital* =0,266, *self-leadership*=0,427 dan perilaku kerja inovatif=0,0500 dan nilai *kurtosis psychological capital* =-0,236, *self-leadership*=-0,483 dan perilaku kerja inovatif=-1,00. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa ketiga variabel memiliki distribusi data normal dan berifat datar sehingga uji normalitas data telah terpenuhi.

Analisis Data

Untuk menjawab pertanyaan dan hipotesis penelitian, penulis menggunakan analisis statistik deksriptif dan statistik inferensial berupa uji asumsi. Pada statistik deskriptif, digunakan untuk memberikan gambaran data sedangkan statistik inferensial untuk melihat keterkaitan antara variabel *psychological capital* dan *self-leadership* terhadap perilaku kerja inovatif. Uji asumsi yang dilakukan peneliti yaitu uji normalitas, kemudian dilanjutkan dengan uji korelasi menggunakan Produk Momen *Pearson* dan uji regresi berganda. Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak Jamovi versi 1.1.9.0 for Mac.

HASIL PENELITIAN

Uji Deskriptif

Uji deskriptif penelitian ini terdapat partisipan sebanyak (N=147), terdiri dari perempuan (N=101) atau 68,7% dan laki-laki (N=46) atau 31,3%. Berdasarkan hasil uji deskriptif pada variabel *psychological capital* memiliki nilai ($M=93,0$; $SD=9,61$; $Min=71$; $Max=115$), pada variabel *self-leadership* memiliki nilai ($M=141$; $SD=15,1$; $Min=116$; $Max=175$), sedangkan pada variabel perilaku kerja inovatif memiliki nilai ($M=58,0$; $SD=7,04$; $Min=45$; $Max=70$).

Uji Korelasi

Berdasarkan hasil analisis korelasi, didapatkan bahwa variabel *psychological capital* dan perilaku kerja inovatif berkorelasi positif dengan nilai ($r(147)=0,379$; $p<0.001$) dengan korelasi yang tergolong sedang. Hal yang sama juga berlaku antara variabel *self-leadership* dan perilaku kerja inovatif yang berkorelasi positif dengan nilai ($r(147)=0,385$; $p<0.001$) dan tergolong sedang.

Uji Regresi

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji regresi untuk menguji seberapa besar *psychological capital* dan *self-leadership* mampu memprediksi perilaku kerja inovatif menggunakan analisis *multiple regression* atau regresi berganda. Hasil uji regresi berganda pada model 1 menjelaskan bahwa *psychological capital* dan *self-leadership* dapat menggambarkan secara tepat data ($F(2,144) = 19,7$, $p < 0,001$) dengan nilai koefisien regresi (R^2) sebesar 0,215. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebesar 21,5% *psychological capital* dan *self-leadership* mengalami *overlap* dan secara bersamaan mampu memprediksikan perilaku kerja inovatif.

Variabel *psychological capital* merupakan prediktor yang berkorelasi positif dan dapat menjelaskan perilaku kerja inovatif ($B=0,203$, $CI_{95}=[0,0882, 0.317]$, $SE=0,0580$, $t=3,50$, $p=< 0,001$). Kemudian variabel *self-leadership* merupakan prediktor yang berkorelasi positif dapat menjelaskan perilaku kerja inovatif ($B=0,133$, $CI_{95}=[0,0605, 0.206]$, $SE=0,0369$, $t=3,62$, $p=< 0,001$).

DISKUSI

Industri pariwisata merupakan sebuah komponen penting sebagai salah satu pendokrak perekonomian negara. Seiring dengan berkembangnya zaman, permintaan dan minat konsumen pastinya akan terus berubah-ubah. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, diketahui bahwa industri pariwisata Indonesia menghadapi beberapa kendala, tak terkecuali di kota Palembang.

Salah satu kunci inovasi yang krusial dalam dunia bisnis yang kompetitif adalah inovasi pengelolaan sumber daya manusia. Kondisi dan pengelolaan sumber daya manusia menentukan keunggulan kompetitif perusahaan (Simamora, 2004). Kendala yang ada saat ini dapat diatasi dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia-nya (SDM) melalui kegiatan inovasi. Sumber daya manusia merupakan potensi manusiawi (asset non material/non finansial) yang berfungsi sebagai penggerak organisasi untuk menjaga dan mewujudkan eksistensi organisasi tersebut (Atmaja & ratnawati, 2018).

Dalam mewujudkan perilaku kerja inovatif terdapat beberapa faktor yang terbagi menjadi dua, yakni internal dan eksternal. Faktor internal yang mendukung perilaku inovatif adalah komitmen organisasi dan *psychological capital*. Sedangkan faktor eksternalnya berupa, iklim inovatif organisasi, kepemimpinan, *social capital*, dan karakteristik pekerjaan. Pada penelitian ini, peneliti akan mengkaji aspek *psychological capital* dan kepemimpinan pada karyawan industri pariwisata.

Psychological capital menjadi salah satu faktor kuat terbentuknya perilaku kerja inovatif pada individu. Beberapa penelitian telah menyoroti pentingnya faktor psikologis terhadap keberhasilan suatu inovasi, namun melalui pandangan bisnis hal tersebut terkadang diabaikan. Faktanya, *psychological capital* (PsyCap) atau modal psikologis diketahui dapat memprediksi kinerja usaha lebih dari aspek lainnya, seperti *social capital*, *human capital*, dan *financial capital* (Department of Management, College of Business, Abu Dhabi University, Dubai, UAE & Sameer, 2018). Pada penelitian yang dilakukan oleh Sameer, diketahui bahwa tiap komponen dalam *psychological capital* dapat mempengaruhi dan

memprediksi perilaku inovatif seseorang. PsyCap juga diketahui sebagai anteseden dari perilaku inovatif.

Penelitian mengenai pengaruh PsyCap terhadap perilaku kerja inovatif juga dilakukan oleh Ratnaningsih, dkk (2016) dimana ditemukan hubungan yang signifikan antara PsyCap dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan di perusahaan retail. Arah perilaku yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi PsyCap seseorang maka semakin tinggi pula perilaku kerja inovatifnya. Hal ini dibuktikan dengan nilai ($r(147)=0,379$; $p<0.001$). Penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Pryce-Jones', 2010 dalam Ratnaningsih, dkk (2016) dimana PsyCap dapat membantu meningkatkan motivasi, kegigihan, dan berpikir kreatif karyawan pada situasi stres. Ini mungkin terjadi karena karyawan dengan PsyCap dapat beradaptasi dengan baik, lebih resilien, dan memiliki harapan; yang mana dapat menghasilkan motivasi yang kuat untuk mencari cara alternatif untuk mencapai kesuksesan di tempat kerjanya.

Penelitian serupa dilakukan oleh Abbas dan Raja dalam Rulevy & Parahyanti (2019) dan menunjukkan hasil positif dan hubungan yang signifikan di antara keduanya dengan partisipan dari penelitian ini merupakan beragam karyawan yang bekerja di bank, kementerian, perusahaan telekomunikasi, dan perusahaan tekstil. Penelitian yang dilakukan oleh penulis menambah variasi jenis partisipan yakni dari karyawan industri pariwisata.

Self-Leadership menjadi faktor penunjang lain dalam terbentuknya perilaku kerja inovatif individu dengan nilai ($r(147)=0,385$; $p<0.001$). Hal ini sejalan dengan penilitan oleh Kusdinar dan Halolongan, (2019) ditemukan terdapat hubungan yang signifikan antara *self-leadership* dengan perilaku kerja inovatif. *Self-leadership* mempengaruhi 65.8% dari terbentuknya perilaku kerja inovatif.

Penelitian serupa dilakukan juga oleh Carmeli, dkk. (2006) yang menemukan bahwa kemampuan *self-leadership* individu dapat mendukung munculnya perilaku kerja inovatif. Studi ini berkontribusi pada literatur dengan menunjukkan bahwa *self-leadership* dapat memunculkan perilaku inovatif yang relatif tinggi. Temuan ini penting karena inovasi dalam organisasi merupakan dasar daya saing dalam masyarakat yang berbasis pengetahuan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perilaku inovatif dapat dibangun melalui upaya yang diarahkan pada peningkatan fokus perilaku, penghargaan alami, dan strategi pemikiran konstruktif dalam anggota organisasi. Organisasi perlu menginvestasikan upaya dalam mengembangkan *self-leadership* karyawan untuk meningkatkan fungsi organisasi secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, ditemukan bahwa secara bersamaan *psychological capital* dan *self-leadership* berkorelasi positif terhadap terbentuknya perilaku kerja inovatif karyawan sebesar 21,5%. Ini menjadi temuan baru dimana pada penelitian-penelitian sebelumnya pengaruh dari variabel independen yang ada ditemukan secara terpisah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan jika *psychological capital* dan *self-leadership* memiliki pengaruh terhadap perilaku kerja inovatif dengan nilai korelasi sedang. Sehingga apabila *psychological capital* dan *self-leadership* meningkat maka tingkat perilaku kerja inovatif karyawan pun bertambah. Adapun saran untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat melakukan penelitian dengan variasi partisipan yang berbeda. Mengingat terdapat bidang industri lain yang juga berkembang secara dinamis dan

mebutuhkan inovasi. Selain itu penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut pengaruh dari tiap-tiap dimensi yang ada pada *psychological capital*.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada seluruh pihak dan partisipan yang telah berkontribusi besar dalam proses penelitian ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Seger Handoyo, Psikolog selaku dosen pembimbing yang telah membantu, memberi masukan dan kritik selama proses penelitian berlangsung. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada pihak keluarga dan kerabat penulis yang telah memberikan dukungan selama proses penelitian.

DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Zata Dini Putri Kusuma Nugroho dan Seger Handoyo tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi manapun yang mungkin akan mengambil untung dari diterbitkannya naskah ini.

PUSTAKA ACUAN

- Arifin, Z. (2017). *Kriteria Instrumen dalam suatu Penelitian*. 2(1), 9.
- Atmaja, H. E., & ratnawati, shinta. (2018). PENTINGNYA MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA UNTUK MENINGKATKAN USAHA KECIL MENENGAH. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 2(1), 21–34. <https://doi.org/10.31002/rn.v2i1.818>
- Carmeli, A., Meitar, R., & Weisberg, J. (2006). Self-leadership skills and innovative behavior at work. *International Journal of Manpower*, 27(1), 75–90. <https://doi.org/10.1108/01437720610652853>
- de Jong, J., & den Hartog, D. (2010). Measuring Innovative Work Behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23–36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>
- DeliCe, A. (n.d.). *The Sampling Issues in Quantitative Research*. 18.
- Department of Management, College of Business, Abu Dhabi University, Dubai, UAE, & Sameer, Y. M. (2018). Innovative Behavior and Psychological Capital: Does Positivity Make any Difference? *Journal of Economics and Management*, 32, 75–101. <https://doi.org/10.22367/jem.2018.32.06>
- Djamba, Y. K., & Neuman, W. L. (2002). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. *Teaching Sociology*, 30(3), 380. <https://doi.org/10.2307/3211488>
- Dzuba, V. (2004). *CAN THE STATE PROMOTE INNOVATION IN TOURISM*. 5.
- Houghton, J. D., & Neck, C. P. (2002). The revised self-leadership questionnaire: Testing a hierarchical factor structure for self-leadership. *Journal of Managerial Psychology*, 17(8), 672–691. <https://doi.org/10.1108/02683940210450484>
- Keller, P. (2006). Innovation and Tourism Policy. In OECD, *Innovation and Growth in Tourism* (pp. 17–40). OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264025028-3-en>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2019). *Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2018*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. <http://www.kemendparekraf.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2018>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan tahun 2019*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI.

- <http://www.kemendikbud.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2019#>
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284–296. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005660>
- Kusdinar, D., & Haholongan, R. (2019). The Influence of Self Leadership on Innovative Behavior. *Proceedings of the 5th Annual International Conference on Management Research (AICMaR 2018)*. Proceedings of the 5th Annual International Conference on Management Research (AICMaR 2018), Manado, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/aicmar-18.2019.22>
- Li, X., & Zheng, Y. (2014). The Influential Factors of Employees' Innovative Behavior and the Management Advices. *Journal of Service Science and Management*, 07(06), 446–450. <https://doi.org/10.4236/jssm.2014.76042>
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2006). *Psychological Capital*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195187526.001.0001>
- Meneses, O. A. M., & Teixeira, A. A. C. (n.d.). *The innovative behaviour of tourism firms*. 12.
- Navarro, D. J., & Foxcroft, D. R. (2018). *Learning statistics with jamovi: A tutorial for psychology students and other beginners*. Danielle J. Navarro and David R. Foxcroft. <https://doi.org/10.24384/HGC3-7P15>
- Neuman, W. L. (2007). *Basic Research Qualitative and Quantitative Approaches 2nd Edition*. Pearson Education, Inc.
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Ratnaningsih, I. Z., Prasetyo, A. R., & Prihatsanti, U. (2016). Predicting Innovative Behavior Among Employees in a Manufacturing Company: The Role of Psychological Capital. *ANIMA Indonesian Psychological Journal*, 31(2), 84–90. <https://doi.org/10.24123/aipj.v31i2.567>
- Rulevy, D. F., & Parahyanti, E. (2018). Hubungan Psychological Capital Dan Perilaku Kerja Inovatif Di Industri Kreatif: Studi Pada Karyawan Perusahaan Xyz. *Journal Psikogenesis*, 4(1), 99. <https://doi.org/10.24854/jps.v4i1.521>
- Sabon, V. L., Perdana, M. T. P., Koropit, P. C. S., & Pierre, W. C. D. (2018). Strategi Peningkatan Kinerja Sektor Pariwisata Indonesia Pada ASEAN Economic Community. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 163–176. <https://doi.org/10.15408/ess.v8i2.5928>
- Simamora, H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Human Resources Management)* (3rd ed). Bagian Penerbitan STIE YKPN.
- Taştan, S. B. (2013). The Influences of Participative Organizational Climate and Self-Leadership on Innovative Behavior and the Roles of Job Involvement and Proactive Personality: A Survey in the Context of SMEs in Izmir. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 407–419. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.045>
- Yoeti, O. A. (2006). *Tours and Travel Marketing* (Cetakan 2). Penerbit Pradnya Paramita. <http://katalogdispusarsiplomboktengah.perpusnas.go.id/detail-opac?id=8906>
- YUAN, F., & WOODMAN, R. W. (2010). INNOVATIVE BEHAVIOR IN THE WORKPLACE: THE ROLE OF PERFORMANCE AND IMAGE OUTCOME EXPECTATIONS. *The Academy of Management Journal*, 53(2), 323–342. JSTOR.