

PENGARUH PERILAKU BERBAGI PENGETAHUAN, PERSEPSI DUKUNGAN ORGANISASI DAN *PERSON JOB FIT* TERHADAP PERILAKU INOVATIF

Oleh: Dani Rizana, S.Pd., M.Pd., M.M
danirizana@gmail.com
Dosen STIE Putra Bangsa Kebumen

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh perilaku berbagi pengetahuan, persepsi dukungan organisasi dan *person job fit* terhadap perilaku inovatif. Sampel penelitian ini adalah 150 karyawan UKM industri kreatif di Kabupaten Kebumen. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa perilaku berbagi pengetahuan, persepsi dukungan organisasi, dan *person job fit* berpengaruh positif terhadap perilaku inovatif. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan adalah perilaku berbagi pengetahuan.

Keyword : perilaku berbagi pengetahuan, persepsi dukungan organisasi, person job fit, perilaku inovatif.

PENDAHULUAN

Usaha kecil menengah (UKM) memiliki peranan yang sangat strategis dalam penyokong perekonomian Indonesia. Pada saat terjadi krisis ekonomi terbukti UKM mampu bertahan dan menjadi kontributor penting dalam pemulihan krisis. Beberapa studi telah menunjukkan bahwa ekonomi Indonesia tidak hanya mengandalkan peranan usaha besar, tetapi UKM terbukti mempunyai ketahanan relatif lebih baik dibandingkan dengan usaha skala lebih besar. Tidak mengherankan bahwa baik pada masa krisis dan masa pemulihan perekonomian Indonesia saat ini, UKM memiliki peranan yang sangat strategis dan penting ditinjau dari berbagai aspek. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensinya yang besar dalam menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha dengan skala lebih besar. Ketiga, kontribusi UKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan.

Keempat, memiliki sumbangan kepada devisa negara dengan nilai ekspor yang cukup stabil (Hadiyati, 2011).

UKM memiliki peranan besar dalam menambah lapangan pekerjaan. Tenaga kerja yang dapat diserap dari meluasnya pelaku UKM ini adalah sebesar 97,2% dengan total unit UKM yang mencapai 56,2 juta unit, dalam skala mikro ekonomi jumlah tenaga kerja yang dapat diserap lebih besar lagi yaitu mencapai hampir 95% tenaga kerja. Tidak hanya itu, UKM juga memiliki kontribusi dalam PDB yang mencapai 4.303 triliun/tahun. Saat ini di Indonesia, jumlah usaha mikro mencapai 98,82% dan usaha kecil jumlahnya hanya 1,09%. Dengan target peningkatan UKM pertahunnya sebesar 20% (BPS, 2015). Tidak heran jika UKM telah menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan.

Era perdagangan bebas negara-negara di ASEAN adalah alasan yang mengharuskan pelaku UKM kita untuk siap bersaing. Peningkatan kualitas

produksi dengan adanya kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan usaha mutlak dilakukan. UKM juga dituntut untuk mampu mempertahankan serta meningkatkan standar, desain dan kualitas produk agar sesuai agar dapat diterima oleh pasar secara global. Persaingan yang semakin ketat, dengan terbukanya pasar didalam negeri dan pasar global telah membuat pembinaan dan pengembangan UKM dirasakan semakin mendesak agar UKM dapat meningkatkan kemandirian mereka. Salah satu strategi agar UKM mampu bertahan dan bersaing adalah dengan mengembangkan kemampuan kreativitas dan inovasi.

Perilaku inovatif karyawan dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Perilaku inovatif disebut sebagai proses membawa ide pemecahan masalah baru untuk digunakan (Ardts, Van Der Velde & Maurer 2010). Selanjutnya, Carmeli, Meitar dan Weisberg (2006) menggambarkan proses manajemen pengetahuan perilaku inovatif yang melibatkan pengenalan masalah, menciptakan solusi untuk masalah dan menciptakan dukungan untuk menanamkan solusi ke dalam praktik organisasi. Perilaku inovatif disarankan menjadi penting bagi organisasi yang ingin meningkatkan efisiensi dan efektivitas keseluruhan proses organisasi. Beberapa literatur menunjukkan bahwa UKM berada pada posisi yang kurang menguntungkan saat bersaing dengan perusahaan besar (Cassell, Nadin, Gray & Clegg 2002). Kerugian seringkali disebabkan oleh ketidaksetaraan sumber daya dibandingkan organisasi atau perusahaan yang lebih besar. Oleh karena itu, pentingnya mengembangkan perilaku inovatif dari sumberdaya manusia yang terbatas menjadi sangat penting bagi UKM, dan merupakan salah satu metode untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses organisasi.

Keunggulan perusahaan untuk dapat menghasilkan dan menciptakan inovasi dengan cepat juga didukung oleh salah satu faktor penting, yaitu *knowledge sharing* (Nawawi, 2012). Tidak hanya untuk mendorong penciptaan inovasi saja, namun *knowledge sharing* ini juga berperan untuk memanfaatkan aset *intangible* yang dimiliki oleh perusahaan. Organisasi yang ingin maju harus memiliki kemampuan yang inovatif untuk meningkatkan kinerja inovasi baik individu maupun organisasi, melalui kemampuan berbagi pengetahuan. *Knowledge sharing* diantara orang yang terlibat didalamnya akan mampu menciptakan kerjasama yang saling menerima dan memberi antar karyawan, sehingga akan mendorong kemampuan untuk melakukan inovasi. *Knowledge sharing* mampu meningkatkan kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi serta megoptimalkan kemampuan sumber daya manusia untuk menemukan ide-ide kreatif. (Rahab, 2011; Fen Lin, 2007)

Selanjutnya, salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap perilaku inovasi karyawan adalah dukungan organisasi. Menurut Dess dan Picken (2000) inovasi yang dilakukan merupakan kunci bagi sebuah organisasi untuk dapat mempertahankan superioritas di dalam persaingan. Sebuah organisasi yang memiliki dan mampu mengaplikasikan inovasi akan mendukungnya dalam mencapai keunggulan dalam bersaing dan mampu mempertahankan eksistensinya (Koc dan Ceylan, 2007). Dukungan organisasi memiliki peran penting pada perilaku inovasi karyawan. Karyawan yang secara aktif diberi dukungan oleh organisasi tempat kerjanya akan cenderung memberikan kinerja yang positif untuk ikut serta membantu organisasi dalam pembentukan inovasi dan berupaya untuk dapat melaksanakan inovasi tersebut (Patterson & Roissard, 2009).

Kinerja positif seorang karyawan dipengaruhi oleh faktor individual atau kepribadian yang membentuk perilaku. Ketika kepribadian karyawan dengan pekerjaan sejalan (*person job fit*) maka kepuasan dari karyawan akan meningkat dengan sendirinya. Menurut Afsar *et al* (2015) kesesuaian antara karakteristik pekerjaan dengan kepribadian mampu meningkatkan perilaku inovatif karyawan. Seorang karyawan yang tidak memiliki kesesuaian akan pekerjaannya, diprediksi sulit untuk menunjukkan keprofesionalannya karena yang bersangkutan merasa tidak sesuai dengan jenis pekerjaan yang diperoleh, sehingga timbul rasa enggan untuk meningkatkan kemampuannya. Sebaliknya bagi karyawan yang merasakan sesuai dengan jenis pekerjaan (profesinya), maka akan berusaha untuk terus belajar meningkatkan kemampuan dan keterampilan sehingga dapat bekerja dengan optimal, karena kesesuaian merupakan dasar awal seseorang untuk menentukan langkah selanjutnya.

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku Inovatif Kerja

Perilaku inovatif kerja (*innovative work behavior*) adalah bentuk perilaku yang bertujuan untuk mencapai inisiasi dan pengenalan suatu ide, proses, prosedur maupun produk baru yang berguna bagi perusahaan (De Jong & Hartog, 2010). Messmann (2012) mengatakan perilaku inovatif kerja adalah jumlah dari aktivitas kerja fisik dan kognitif yang dilakukan oleh karyawan dalam konteks pekerjaan mereka, baik sendiri maupun berkelompok untuk mencapai satu set tugas yang dibutuhkan untuk tujuan pengembangan inovasi. Sedangkan Scott dan Bruce (1994) mengatakan inovasi adalah proses bertahap dengan aktivitas dan perilaku yang berbeda di tiap tahapnya.

Menurut De Jong dan Hartog (2010) terdapat 4 (empat) dimensi perilaku inovatif kerja, yaitu : 1) *idea exploration*, yaitu dimensi yang merupakan tahap awal dari perilaku inovatif kerja dimana karyawan mampu menemukan kesempatan atau sebuah masalah. Termasuk mencari cara untuk mengembangkan produk, jasa, dan proses juga mencoba memikirkan alternatif lain. 2) *Idea Generation*, yaitu tahap kedua dari dimensi perilaku inovatif kerja dimana karyawan mampu untuk mengembangkan ide inovasi melalui proses menciptakan dan menyarankan ide untuk produk, jasa, maupun proses baru. Umumnya ide baru muncul berdasar hasil penemuan pada tahap *idea exploration*. 3) *Idea championing*, yaitu ide menjadi relevan ketika ide sudah berhasil diciptakan. Karena pada tahap ini karyawan diharapkan mulai terdorong untuk mencari dukungan dalam mewujudkan ide inovasi baru yang telah dihasilkannya. Termasuk mencari koalisi agar ide baru bisa diimplementasikan dan percaya dengan keberhasilan ide tersebut 4) *Idea Implementation*, merupakan tahap terakhir dari perilaku inovatif kerja. Pada dimensi ini karyawan memiliki keberanian untuk menerapkan ide baru tersebut ke dalam proses kegiatan kerja rutin yang biasa ia lakukan. Termasuk pengembangan dan uji coba terhadap ide produk, proses maupun jasa baru yang ia tawarkan.

Perilaku Berbagi Pengetahuan (*Knowledge Sharing Behavior*)

Pengetahuan (*knowledge*) adalah data dan informasi yang digabung dengan kemampuan, intuisi, pengalaman, gagasan, motivasi dari sumber yang kompeten (Nonaka dan Teece, 2001). Pengetahuan di bagi menjadi dua jenis yaitu *tacit knowledge* dan *explicit knowledge*. *Tacit knowledge* adalah pengetahuan yang sebagian besar berada dalam organisasi. *Tacit knowledge* adalah sesuatu yang kita

ketahui dan alami, namun sulit untuk diungkapkan secara jelas dan lengkap. Sedangkan *explicit knowledge* adalah pengetahuan dan pengalaman tentang 'bagaimana untuk', yang diuraikan secara lugas dan sistematis. Contoh konkretnya, yakni sebuah buku petunjuk pengoperasian sebuah mesin atau penjelasan yang diberikan oleh seorang instruktur dalam sebuah program pelatihan (Nonaka dan Teece, 2001).

Menurut Van den Hoof dan De Ridder (2004), *knowledge sharing* adalah proses timbal balik dimana individu saling bertukar pengetahuan (*tacit dan explicit knowledge*) dan secara bersama-sama menciptakan pengetahuan (solusi) baru. Salah satu tujuan definisi ini terdiri dari memberikan dan mengumpulkan *knowledge*, dimana memberikan *knowledge* dengan cara mengkomunikasikan pengetahuan kepada orang lain apa yang dimiliki dari personal *intellectual capital* seseorang, dan mengumpulkan pengetahuan merujuk pada berkonsultasi dengan rekan kerja dengan membagi informasi atau *intellectual capital* yang mereka miliki. Menurut Pasaribu (2009), *knowledge sharing* dapat didefinisikan sebagai kebudayaan interaksi sosial, termasuk pertukaran *knowledge* antara karyawan, pengalaman, dan skill melalui keseluruhan departemen atau organisasi, hal ini menciptakan dasar umum bahwa kebutuhan untuk kerjasama.

Persepsi Dukungan Organisasi

Persepsi dukungan organisasi mengacu pada persepsi karyawan mengenai sejauh mana organisasi menilai kontribusi, memberi dukungan, dan peduli pada kesejahteraan mereka (Rhoades & Eisenberger, 2002). Jika karyawan menganggap bahwa dukungan organisasi yang diterimanya tinggi, maka karyawan tersebut akan menyatukan

keanggotaan sebagai anggota organisasi ke dalam identitas diri mereka dan kemudian mengembangkan hubungan dan persepsi yang lebih positif terhadap organisasi tersebut. Dengan menyatunya keanggotaan dalam organisasi dengan identitas karyawan, maka karyawan tersebut merasa menjadi bagian dari organisasi dan merasa bertanggung jawab untuk berkontribusi dan memberikan kinerja terbaiknya pada organisasi (Rhoades & Eisenberger, 2002). Rhoades dan Eisenberger (2002) mengungkapkan bahwa persepsi terhadap dukungan organisasi juga dianggap sebagai sebuah keyakinan global yang dibentuk oleh tiap karyawan mengenai penilaian mereka terhadap kebijakan dan prosedur organisasi. Keyakinan ini dibentuk berdasarkan pada pengalaman mereka terhadap kebijakan dan prosedur organisasi, penerimaan sumber daya, interaksi dengan agen organisasinya (misalnya supervisor), dan persepsi mereka mengenai kepedulian organisasi terhadap kesejahteraan mereka.

Rhoades dan Eisenberger (2002) mengemukakan bahwa secara psikologis dukungan organisasional yang dipersepsikan level tinggi memunculkan tiga hal pada karyawan yaitu: (a). Berdasar pada hukum timbal-balik, menciptakan perasaan berkewajiban untuk peduli pada keselamatan organisasi dan membantu organisasi untuk mencapai tujuan-tujuannya, (b). Kepedulian, pengakuan, dan rasa hormat organisasi terhadap mereka akan memenuhi kebutuhan sosio-emosional karyawan, sehingga mereka bangga menjadi anggota organisasi dan memasukkan status peran mereka di organisasi sebagai identitas sosial mereka, dan (c). Memperkuat keyakinan karyawan bahwa organisasi mengakui dan menghargai kinerja yang meningkat, dengan kata lain, semakin baik kinerja

karyawan semakin besar penghargaan yang diberikan organisasi.

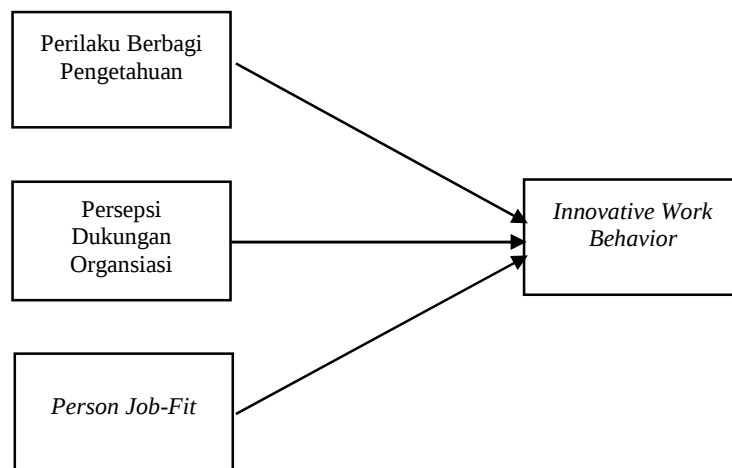
Person Job fit

Menurut Rosari (2009:258), teori *person-job fit* didasari dari kepribadian karyawan dengan pekerjaannya. Ketika kepribadian karyawan dengan pekerjaan sejalan maka kepuasan dari karyawan akan meningkat dengan sendirinya. Artinya seseorang akan lebih memahami makna dari pekerjaannya sehingga dapat kesempatan untuk mengembangkan dirinya di dalam dunia kerja. Pengertian *person-job fit* secara lebih khusus, menurut Hsu (2012) adalah kecocokan antara kemampuan seseorang dan tuntutan pekerjaan atau kebutuhan/keinginan seseorang dan apa yang disediakan oleh pekerjaan. Pengertian lain dari *person-job fit* adalah sejauh mana suatu kecocokan pekerjaan tertentu dengan keterampilan, kemampuan, dan minat individu (June & mahmood, 2011). Sementara menurut Mosley (2002) definisi *person-job fit* mengacu pada kesesuaian antara pengetahuan, keterampilan, dan

kemampuan individu dan tuntutan pekerjaan.

Salah satu teori tentang tipe kepribadian yang perlu diperhatikan adalah teori *person-job fit*. Menurut teori ini tipe-tipe kepribadian seseorang digolongkan sesuai dengan lingkungan kerja yang diminati karyawan dalam perusahaan. Dengan memperhatikan tipe kepribadian dalam teori *person-job fit* tersebut diharapkan pemimpin perusahaan dapat mengetahui tipe kepribadian dari para karyawan dan pemimpin dapat mempromosikan karyawan di bagian yang cocok dengan kepribadiannya (Abdillah dan Satiningsih, 2013). Dalam hal ini karyawan merasakan rasa puas dan cinta terhadap pekerjaan yang ia miliki dan ia kerjakan sekarang tanpa merasa terbebani secara berlebihan atas pekerjaan yang ia kerjakan kesehariannya. Menurut teori *person-job-fit*, adanya kesesuaian antara karakteristik tugas pekerjaan dengan kebutuhan individu untuk melaksanakan tugas tersebut, akan memperkuat keikatan pegawai pada kerja, yaitu pegawai akan lebih komitmen terhadap pekerjaan (Allen dan Meyer, 1997)

MODEL EMPIRIK DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS



Berdasarkan gambar model empiris di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Perilaku berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap perilaku inovatif

Hipotesis 2 : Persepsi dukungan organisasi berpengaruh terhadap perilaku inovatif

Hipotesis 3 : Person job fit berpengaruh terhadap perilaku inovatif

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan *explanatory research* yang merupakan penelitian yang menjelaskan antara variabel melalui pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan (Singarimbun dan Effendi, 2004). Jenis data dalam penelitian ini adalah termasuk data kuantitatif deskriptif. Informasi dari 150 pemilik UKM industri kreatif di Kabupaten Kebumen.

Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: pertama, observasi, yaitu pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung aktivitas obyek (responden) yang akan diteliti. Kedua, penyebaran kuesioner (angket) dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Ketiga,

melakukan wawancara (interview) yang dilakukan dengan cara wawancara atau tanya jawab (komunikasi) secara langsung dengan responden untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang digunakan untuk pengukuran *innovative work behavior* diadopsi dari penelitian De Jong dan Hartog (2010) yang terdiri dari dimensi *idea exploration* (2 item), *Idea Generation* (2 item), *Idea championing* (3 item), *Idea Implementation* (2 item). Untuk kuesioner *knowledge sharing behavior* mengadopsi Hoff dan Ridder (2004) yang terdiri dari dimensi *knowledge donating* (4 item) dan *knowledge collecting* (4 item). Kuesioner persepsi dukungan organisasi dalam penelitian ini mengacu pada Eisenberger *et al* (1986) sebanyak 8 item. Sedangkan pengukuran variabel *person job-fit* mengacu pada Lauver and Kristof-Brown (2001) sebanyak 3 item. Berikut ini adalah model empiris yang akan diteliti:

HASIL PENELITIAN

Pengujian statistik dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS for Windows 22. Setelah melalui uji asumsi klasik, hasil pengujian analisis regresi linier berganda dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constants)	-2,354	1,279		-1,84	0,069
KSB	0,336	0,068	0,396	4,929	0,000
PDO	0,255	0,071	0,317	3,595	0,001
PJFIT	0,155	0,071	0,18	2,181	0,032

Berdasarkan hasil pengujian tabel 1.1 di atas, diketahui perilaku berbagi pengetahuan (*knowledge sharing behavior*), persepsi dukungan organisasi dan *person job-fit* berpengaruh terhadap perilaku inovatif. Persamaan yang dapat dibentuk dari tabel diatas adalah:

$$Y = -2,354 + 0,336KSB + 0,255POS + 0,155PJFIT$$

$Y = innovative\ work\ behavior$
(perilaku inovatif)

$KSB = Knowledge\ sharing\ behavior\ (X1)$

$POS = Persepsi\ Dukungan\ Organisasi\ (X2)$

$PJFIT = Person\ Job-Fit\ (X3)$

PEMBAHASAN

1. Pengaruh perilaku berbagi pengetahuan terhadap perilaku inovatif.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui perilaku berbagi pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif ($b=0,336$, $\alpha = 0,00 < 0,05$). Hal ini berarti semakin tinggi perilaku berbagi pengetahuan, maka semakin tinggi pula perilaku inovatif individu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rahab, 2011; Fen Lin, 2007) dan Mulyana, Assegaff dan Wasitowati (2015). Perilaku inovasi dalam organisasi yang diwujudkan dalam bentuk penemuan ide baru, metode operasi baru, kenaikan jumlah produk baru di pasar dapat ditingkatkan melalui *knowledge sharing (knowledge donating dan knowledge collecting)*. Demikian juga *knowledge sharing* akan berhasil bila dalam organisasi tercipta hubungan baik diantara anggota, membuat mereka merasa senang dapat membantu orang lain, mendapat

dukungan dari pimpinan dan balas jasa dalam berbagi pengetahuan. Saling memberi dan menerima pengetahuan dan informasi bagi UKM adalah hal yang normal dilakukan dengan senang hati, sehingga bila ada rekan kerja mendapatkan pengetahuan baru mereka akan memberitahu pada rekan kerja lain tanpa diminta, demikian juga mereka menerima pengetahuan baru dari rekan kerja tanpa meminta. Semakin tinggi perilaku berbagi pengetahuan akan meningkatkan perilaku inovatif seseorang.

2. Pengaruh persepsi dukungan organisasi terhadap perilaku inovatif.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui persepsi dukungan organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif ($b=0,225$, $\alpha = 0,01 < 0,05$). Hal ini berarti semakin baik persepsi dukungan organisasi, maka semakin tinggi pula perilaku inovatif individu. Dukungan *owner* telah memberikan respek pada kreatifitas karyawan, mereka diperkenankan memecahkan masalah yang sama dengan cara yang berbeda, perusahaan sangat terbuka dan responsif terhadap perubahan. Di sisi lain perilaku inovatif karyawan ditunjukkan dengan intensitas karyawan dalam memberikan saran yang membangun, memberi dukungan ide kreatif pada rekan kerja, memberikan ide baru, secara proaktif mengembangkan metode baru, mengimplemtasikan ide baru serta memberi rekomendasi solusi atas masalah. Hal ini mampu tercipta keteika karyawan merasa didukung oleh organisasi. Semakin tinggi dukungan organisasi, maka mampu meningkatkan perilaku inovatif karyawan.

3. Pengaruh person job-fit terhadap perilaku inovatif.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui *person job-fit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif ($b=0,125$, $\alpha = 0,01 < 0,05$). Hal ini berarti semakin tinggi *person job-fit*, maka semakin tinggi pula perilaku inovatif individu. *Person job fit* menggambarkan kesesuaian antara karakteristik pekerjaan dengan kompetensi atau kepribadian karyawan. Ketika kepribadian karyawan dengan pekerjaan sejalan maka kepuasan dari karyawan akan meningkat dengan sendirinya. Artinya seseorang akan lebih memahami makna dari pekerjaannya sehingga dapat kesempatan untuk mengembangkan dirinya di dalam dunia kerja. Penelitian ini menunjukkan semakin seseorang sejalan dengan karakteristik pekerjaan, maka ide-ide yang dihasilkan semakin berkembang. Artinya karyawan merasa puas dan nyaman dengan pekerjaannya, sehingga mampu memberikan kontribusi inovasi yang dicerminkan dalam perilaku inovatif. Hal ini menunjukkan semakin tinggi *person job-fit* maka semakin tinggi pula perilaku inovatif karyawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa perilaku inovatif seorang individu dapat ditingkatkan melalui perilaku berbagi pengetahuan, persepsi dukungan organisasi dan *person job fit*. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan adalah perilaku berbagi pengetahuan. Oleh karena itu manajemen perlu menciptakan iklim berbagi pengetahuan dalam perusahaan, serta memberikan dukungan sepenuhnya pada karyawan untuk berinovasi. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya menguji UKM

industri kreatif, penelitian selanjutnya bisa mencoba perusahaan dengan skala usaha yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardts, Van Der Velde & Maurer, 2011. The influence of perceived characteristics of management development programs on employee outcomes, *Human Resource Development Quarterly*, Volume 21, Issue 4.
- Abdillah dan Satiningsih, 2013. Hubungan antara tipe kepribadian enterprising pada teori person-job fit dengan kinerja karyawan pemasaran. *Character*, Volume 01, Nomor 02.
- Afser, 2015. The impact of person-organization fit on innovative work behavior: the mediating effect of knowledge sharing behavior. *International Journal of Health Care Quality Assurance*. 29(2):104-22
- Allen, N. J. & J. P. Meyer. 1997. *Commitment in The Workplace*. Theory Research and Application. California: Sage Publications.
- Carmelli, A., Meitar, R., & Weisberg, J. (2006). Self leadership skill and innovative behavior at work. *International Journal of Manpower*, 27(1), 75-90.
- Cassell, C., Nadin, S., Gray, M., & Clegg, C. (2002). Exploring human resource management practices in small and medium sized enterprises. *Personnel Review*, 31: 671-92

- De Jong, Deanne Den Hartog, 2010. Measuring Innovative Work Behaviour, *Creativity and Innovative Management*. Volume 19, Issue 1.
- Dess, Gregory G., & Picken, Joseph C. 2000. Changing roles: leadership in the 21st century, *Organizational Dynamics*, Winter: 18-34.
- Hsiu-Fen Lin, 2007. Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study", *International Journal of Manpower*, Vol. 28 Issue: 3/4, pp.315-332.
- Hsu, Ryu. 2012. Does west "fit" with east? In search of a chinese Model of person-environment fit. *Academy of Management Journal*. 2015, Vol. 58, No. 2, 480-510
- Hidayati, Ernani, 2011. Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.13, No. 1
- June, Mahmud, 2011. The Relationship between Person-job Fit and Job Performance: A Study among the Employees of the Service Sector SMEs in Malaysia. *International Journal of Business, Humanities and Technology*. Vol. 1 No. 2.
- Koc, Tufan, and Cemil Ceylan. Factors impacting the innovative capacity in large-scale companies. *Technovation* (27) 3:105-114, 2007.
- Nawawi, Ismail. (2012). *Manajemen Pengetahuan (Knowledge Management)*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Patterson & Roissard, 2009, Organizational Culture and Innovative Work Behavior: A Case Study of a Manufacturer of Packaging Machines, *American Journal of Industrial and Business Management*, Vol.5 No.4.
- Nonaka, I., & Teece, D.J. (2001). *Managing Industrial Knowledge*. London: SAGE Publication, L.td.
- Pasaribu, Manerep, 2009. *Knowledge Sharing : Meningkatkan Kinerja Layanan Perusahaan*, PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia, Jakarta
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: a review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87, 698-714. doi: 10.1037/0021-9010.87.4.698.
- Rosari, Sasmita. (2009). Hubungan antara Budaya Perusahaan dengan Persepsi terhadap Pengembangan Karir pada Karyawan. Volume17, Nomor 3, Page 258.
- Rahab, 2011, The Development of Innovation Capability of Small Medium Enterprises Through Knowledge Sharing Process : An Empirical Study of Indonesian Creative Industry, *International Journal of Business and Social Science*, 2 (21),112 - 123

Van Den Hoof, B & De Ridder, JA. (2004).
Knowledge Sharing in Context:
The Influence of Organizational
Commitment, Communication
Climate Use On Knowledge
Sharing. *Journal of Knowledge
Management*, 8 (6), 117-130.