



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**PENGARUH KESESUAIAN INDIVIDU-ORGANISASI PADA
KREATIVITAS KARYAWAN DENGAN KOMITMEN ORGANISASI
SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

(Studi Pada Karyawan UMKM Konfeksi Di Kabupaten Jepara)

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Ilham Maulana Ardiansyah

NIM. 7311412145

UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2017

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi. Disetujui pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 09 Agustus 2017

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

Dosen Pembimbing




Nury Ariani W,SE., M.Sc
NIP.198501082009122004

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 16 Agustus 2017

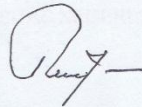
Penguji I



Dr. Ketut Sudarma, M.M

NIP. 195211151978031002

Penguji II



Dra. Palupiningdyah, M.Si

NIP. 195208041980032001

Penguji III



Nury Ariani Wulansari, S.E., M.Sc

NIP. 198501082009122004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi




Dr. Wahyono, M.M

NIP. 195601031983121001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 09 Agustus 2017



Ilham Maulana Ardiansyah

7311412145

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Kreativitas memiliki dasar yang
luas.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan
kepada:

1. Ayah (Alm) dan Ibu saya.
2. Almamaterku UNNES

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini mengambil judul **“Pengaruh Kesesuaian Individu-Organisasi Pada Kreativitas Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Pemediiasi Pada Karyawan UMKM Di Bidang Konfeksi Di Kabupaten Jepara”**

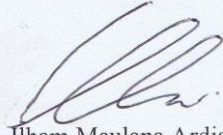
Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, saran, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu hingga menyelesaikan studi strata satu di Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Wahyono, M.M, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengikuti perkuliahan program studi Manajemen S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Rini Setyo Witiastuti, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan pengesahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Nury Ariani Wulansari, SE., MSc, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan dalam penyusunan Skripsi.

5. Seluruh staf dan dosen pengajar jurusan Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu selama mengikuti perkuliahan.
6. Kepala dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Jepara yang telah memberikan izin penelitian dan memberikan kemudahan dalam pelaksanaan penelitian.
7. Ibu, dan adik-adik tercinta serta segenap keluarga yang telah memberikan dorongan dan doa baik secara moral maupun material.
8. Teman-teman Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen angkatan 2012 yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Terimakasih atas segala bantuan dan bimbingannya selama ini, semoga amal dan bantuan saudara mendapat berkah yang melimpah dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI

Semarang, 09 Agustus 2017

Ilham Maulana Ardiansyah
7311412145

SARI

Ardiansyah, Ilham Maulana, 2017. Pengaruh Kesesuaian Individu-Organisasi Pada Kreativitas Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Pemeditasi Pada Karyawan Umkm Konfeksi Di Kabupaten Jepara. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Nury Ariani Wulansari, S.E., MSc.

Kata Kunci: Kesesuaian Individu-Organisasi, Komitmen Organisasi, Kreativitas Karyawan

Kreativitas karyawan merupakan suatu hal yang dimiliki karyawan yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Kreativitas karyawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kesesuaian individu-organisasi dan komitmen organisasi. Karyawan yang memiliki kesesuaian individu-organisasi tinggi akan mampu menstimulus komitmen organisasi sehingga akan mampu meningkatkan kreativitas yang dimiliki oleh karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kesesuaian individu-organisasi pada kreativitas karyawan dengan komitmen organisasi sebagai variabel pemeditasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara berjumlah 923. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penarikan sampel menggunakan teknik *proportional random sampling*. Sampel yang ditetapkan sebanyak 279 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Tingkat pengambilan kuesioner sebanyak 100% dengan kuesioner yang digunakan dan diolah dalam penelitian ini sebanyak 279 responden. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi, dan analisis jalur (*path analysis*).

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan, bahwa ada pengaruh langsung kesesuaian individu-organisasi pada kreativitas karyawan, ada pengaruh kesesuaian individu-organisasi pada komitmen organisasi, ada pengaruh komitmen organisasi pada kreativitas karyawan, komitmen organisasi dapat memediasi keadilan prosedural pada perilaku kewargaan organisasional. Sehingga, H1 didukung, H2 didukung, H3 dan H4 didukung.

Simpulan dari penelitian ini yaitu kesesuaian individu-organisasi berpengaruh positif pada kreativitas karyawan. Kesesuaian individu-organisasi berpengaruh positif pada komitmen organisasi. Komitmen organisasi berpengaruh positif pada kreativitas karyawan, dan mampu memediasi hubungan kesesuaian individu-organisasi pada kreativitas karyawan. Saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menguji variabel mediasi yang berbeda pada model penelitian ini seperti perilaku kewargaan organisasional.

ABSTRACT

Ardiansyah, Ilham Maulana, 2017. The Influence of Person-Organization Fit on Creativity Employee with Organizational Commitment as Intervening Variable on SMEs Confection in Jepara Regency. Final Project. Management Major. Economics Faculty. Semarang State University. Supervisor: NuryArianiWulansari S.E.,M.Sc.

Keywords: POF, Organizational Commitment, Creativity Employee

Employee creativity is something that employees have that creates competitive advantage for the organization. Employee creativity can be influenced by several factors: person-organization fit and organizational commitment. Employees who have high individual-organizational suitability will be able to stimulate organizational commitment so that it will be able to improve the employee creativity by employees of SMEs Confection in Jepara Regency. The purpose of this study to determine the effect of individual-organizational fit on the creativity of employees with organizational commitment as a mediator variable.

The population of this study was employees of SMEs Confection in Jepara Regency it is 923. The samples were selected by using proportionate random sampling. The samples were calculated by applying slovin formula consisting of 279 employee. The response rate to the questionnaire as much as 100% were used and treated in this study were 279 respondents. The methods of data analysis were descriptive analysis, regression analysis, and path analysis.

Based on partial results of hypothesis testing showed that there was a direct effect of POF on employee creativity, while there was direct effect of POF on commitment, there was a direct effect of commitment on employee creativity and commitment can mediate POF on employee creativity. So the H1,H2, H3, and H4 are supported.

The conclusion of this study are POF support positive effect on employee creativity, while can also support positive effect on commitment. Commitment positive effect on employee creativity, and can mediate relation of POF on employee creativity. Suggestions for further research are expected to test the different mediating variables in this research model, such as organizational citizenship behavior.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
SARI.....	viii
ABSTRACK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis.....	16
BAB II.....	18
2.1. Kreativitas (Creativity).....	18
2.1.1. Pengertian Kreativitas (<i>Creativity</i>).....	18
2.1.2. Aspek-aspek Kreativitas.....	20
2.1.3. Faktor Pendorong Kreativitas.....	22
2.1.4. Indikator Kreativitas Karyawan.....	22
2.2. Kesesuaian individu-organisasi (<i>Person-Organization Fit</i>).....	24
2.2.1. Pengertian Kesesuaian individu-organisasi (<i>Person-Organization Fit</i>).....	24
2.2.2. Cara Mengelola Kesesuaian Individu-Organisasi.....	26

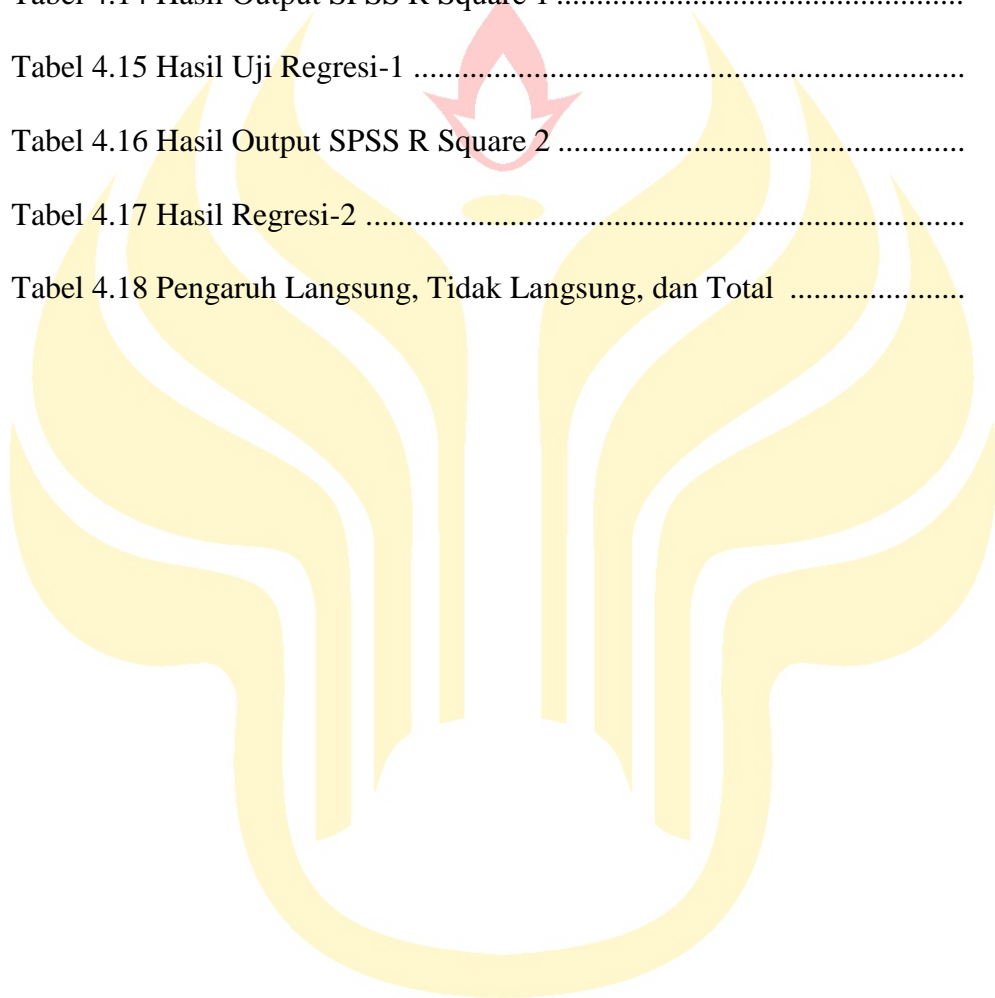
2.2.3. Indikator Kesesuaian individu-organisasi	29
2.3. Komitmen Organisasi	30
2.3.1. Pengertian Komitmen Organisasi	30
2.3.2. Indikator Komitmen Organisasi	31
2.3.3. Faktor yang mempengaruhi Komitmen Organisasi	32
2.4. Penelitian Terdahulu	33
2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.5.1. Pengaruh Kesesuaian Individu-Organisasi Pada Kreativitas Karyawan.	35
2.5.2. Pengaruh Kesesuaian individu-organisasi pada Komitmen Organisasi.	36
2.5.3. Pengaruh Komitmen Organisasi Pada Kreativitas Karyawan.	37
2.5.4. Pengaruh Kesesuaian individu-organisasi pada Kreativitas karyawan melalui Komitmen Organisasi sebagai Pemediasi.	37
2.6 Pengembangan Hipotesis	39
BAB III	41
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	41
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	42
3.1.1 Populasi	42
3.2.1 Sampel	43
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	44
3.3 Variabel Penelitian	46
3.3.1. Variabel Bebas (Independen variabel)	47
3.3.2. Variabel Mediasi (<i>Intervening</i> variabel)	47
3.3.3. Variabel Terikat (Dependen Variabel)	47
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian	47
3.4.1. Kreativitas Karyawan (Y2)	48
3.4.2. Kesesuaian individu-organisasi (X)	48
3.4.3 Komitmen Organisasi (Y1)	49
3.5. Metode Pengambilan Data	49
3.4.1 Metode Wawancara	50

3.5.2 Metode Kuesioner	50
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.6.1 Uji Validitas.....	51
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	54
3.7 Metode Analisis Data.....	55
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	55
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	57
3.7.3 Uji Hipotesis.....	59
3.7.4. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	60
BAB IV	63
4.1 Hasil Penelitian	63
4.1.1 Analisis Deskriptif Identitas Responden	63
4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	70
4.1.3. Uji Asumsi Klasik	77
4.1.4. Pengujian Hipotesis	83
4.2. Pembahasan.....	92
4.2.1 Kesesuaian Individu-Organisasi Terhadap Kreativitas Karyawan Pada Karyawan UMKM Di Bidang Konfeksi Di Kabupaten Jepara.	92
4.2.2 Kesesuaian Individu-Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan UMKM Di Bidang Konfeksi Di Kabupaten Jepara.	94
4.2.3 Komitmen Organisasi Terhadap Perilaku Kreativitas Karyawan Pada Karyawan UMKM Di Bidang Konfeksi Di Kabupaten Jepara.	95
4.2.4 Kesesuaian Individu-Organisasi Terhadap Kreativitas Karyawan Melalui Komitmen Organisasi Pada Karyawan UMKM Di Bidang Konfeksi Di Kabupaten Jepara.	97
BAB V.....	99
5.1. Simpulan	99
5.1. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Daftar UMKM Konfeksi Di Kabupaten Jepara	42
Tabel 3.2 Hasil <i>Proportional Random Sampling</i>	45
Tabel 3.3 Indeks Skala Likert	51
Tabel 3.4 Uji Validitas Kesesuaian Individu-Organisasi.....	52
Tabel 3.5 Uji Validitas Komitmen Organisasi.....	53
Tabel 3.6 Uji Validitas Kreativitas Karyawan	53
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas	55
Tabel 3.8 Kriteria Indeks Interval	56
Tabel 4.1 Frekuensi Distributif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Frekuensi Distributif Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.3 Frekuensi Distribusi Responden Berdasarkan Masa Kerja.....	69
Tabel 4.4 Kriteria Nilai Interval.....	71
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Kesesuaian individu-organisasi	72
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Komitmen Organisasi	74
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Kreativitas Karyawan	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Rank Spearman Rho	82
Tabel 4.11 Hasil Uji t - 1.....	83

Tabel 4.12 Hasil Uji t - 2.....	84
Tabel 4.13 Hasil Uji t - 3.....	85
Tabel 4.14 Hasil Output SPSS R Square 1	87
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi-1	87
Tabel 4.16 Hasil Output SPSS R Square 2	88
Tabel 4.17 Hasil Regresi-2	88
Tabel 4.18 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	92



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 3.1 Model struktural path analysis	61
Gambar 4.1 Grafik Nomal P-Plot.....	78
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatter Plot</i>	81
Gambar 4.3 Analisis Jalur Kesesuaian Individu-Organisasi terhadap Kreativitas Karyawan melalui Komitmen Organisasi	90
Gambar 4.4 Full Model Analisis Jalur	91



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1, Surat Ijin Penelitian	111
Lampiran 2, Surat Balasan	113
Lampiran 3, Kuesioner Penelitian.....	115
Lampiran 4, Uji Validitas dan Reliabilitas.....	122
Lampiran 5, Data Responden Penelitian.....	128
Lampiran 6, Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	145
Lampiran 7, Uji Asumsi Klasik	148
Lampiran 8, Uji Hipotesis.....	153



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber daya manusia dalam suatu organisasi merupakan aspek krusial yang mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi. Tepeci (2001:1), mengatakan bahwa sebuah organisasi akan berjalan dengan efektif jika didukung oleh Sumber Daya Manusia (SDM). Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan akan mampu mengalami pertumbuhan atau penurunan, bergantung dari bagaimana kinerja sumber daya manusia atau karyawan yang dimilikinya, sekaligus menunjukkan bahwa sumber daya manusia sebagai penggerak utama dalam organisasi. Sehingga dalam suatu perusahaan atau instansi, sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu faktor yang sangat penting, hal ini disebabkan karena SDM merupakan alat penggerak operasional suatu usaha dengan seluruh fasilitas yang tersedia dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan (Ambita, 2013: 2).

Pada era globalisasi persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, adanya persaingan ini akan menimbulkan banyak bermunculan peluang baru dalam dunia bisnis (Faizan, 2014:2). Baru-baru ini terdapat teori yang mengatakan bahwa bekerja dalam strategi bisnis didorong untuk memiliki keunggulan sumber daya manusia dalam rangka mengembangkan keunggulan kompetitif (Becker & Gerhart, 1996:782). Berdasarkan pandangan yang berbasis sumber daya (Barney, 1991:117), perusahaan hanya dapat berkembang dengan adanya dukungan dari

keunggulan kompetitif, dengan cara menciptakan nilai yang jarang dimiliki oleh pesaing atau sulit untuk ditiru oleh perusahaan lain. Dalam sebuah penelitian perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif, ketika perusahaan tersebut memiliki kelebihan dalam mempertahankan pelanggan serta mampu bertahan menghadapi persaingan (Collins & Porter, 1985:102). Hasil analisis membuktikan bahwa kinerja usaha kecil signifikan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing usaha-usaha kecil (Handriani, 2011: 24).

Beberapa penelitian terdahulu mengatakan, bahwa ketika perusahaan ingin mencapai keunggulan kompetitif maka perusahaan memerlukan kreativitas karyawan yang dimilikinya (Sousa & Coelho, 2011:1031). Karyawan yang kreatif dalam bekerja akan menghasilkan ide-ide baru serta produk, proses, dan pendekatan yang tepat (Shalley & Gilson, 2004:33). Dalam penggunaan dan pengembangan ide kreatif akan memungkinkan perusahaan untuk merespon peluang, beradaptasi, tumbuh, dan bersaing dalam perubahan dunia (Amabile, 1997; Oldham, 2002). Selain untuk mencapai keunggulan kompetitif, kreativitas juga menjadi kunci dalam meningkatkan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan (Cheung & Wong, 2011:657).

Dalam penelitian Zhou dan Shalley (2003:167) kreativitas dianggap sebagai penciptaan ide baru dan bermanfaat mengenai produk (*products*), layanan/jasa (*services*), proses (*processes*), dan prosedur (*procedures*). Termasuk didalamnya solusi kreatif untuk masalah bisnis, strategi bisnis, atau perubahan dalam proses kerja. Ide dianggap baru jika ide tersebut tidak memiliki persamaan dengan yang

lain (unik), dan ide dianggap berguna jika ide tersebut memiliki potensi nilai langsung atau tidak langsung terhadap organisasi (Shalley et al, 2004:934).

Istilah kreativitas dan inovasi sering saling di pertukarkan dalam studi penelitian (Saraç et al, 2014:481). Inovasi merupakan bagian dari keunggulan kompetitif (Putri & Yuniawan, 2016: 79) sama halnya dengan kreativitas. Kreativitas dan inovasi saling berhubungan, tetapi memiliki perbedaan yang sangat jelas (Farabee, 2011:5). Kreativitas merupakan penciptaan ide baru yang bermanfaat pada skala yang lebih kecil, dan inovasi adalah penerapan dari ide baru yang bermanfaat pada skala yang lebih luas (Scott & Bruce, 1994:582). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa ketika perusahaan yang ingin menjadi inovatif maka terlebih dahulu harus menanamkan kreativitas pada anggota organisasinya.

Kreativitas karyawan merupakan sebuah perilaku yang kompleks yang mencakup kemampuan intelektual dan sosial. Berbagai pendekatan dari keilmuan seperti psikologi sosial, teori kognitif, dan teori kepribadian memiliki kontribusi penting bagi penelitian tentang kreativitas (Saraç et al, 2014: 481). Berdasarkan pendekatan psikologi sosial, kreativitas adalah keadaan sosial dan lingkungan secara bersamaan (Amabile, 1988), hal ini menjelaskan bahwa adanya pengaruh dari keadaan antara individu dan lingkungan kerja yang mempengaruhi kreativitas karyawan. Pendapat tersebut juga didukung oleh Runco (2004:660) mengkategorikan kreativitas kedalam empat topik yang salah satunya adalah tekanan (*press*), yang menunjukkan adanya hubungan antara individu dan lingkungan.

Mengenai hubungan antara individu dan lingkungan kerja terdapat sebuah istilah yang disebut sebagai *Person-Environment Fit*. Konsep dari *Person-Environment Fit* merupakan sebuah teori yang menunjukkan cara untuk memahami proses penyesuaian antara karyawan dan lingkungan kerjanya (Caplan, 1987: 2 ;Edwards et al., 1998:16). Saraç et al, (2014:482) menemukan bahwa seorang individu akan mampu mencapai tingkat kesesuaian (*Fit*) di lingkungan kerja pada tingkatan yang berbeda, perbedaan tersebut adalah pada tingkatan kesesuaiannya (*Fit*) yang dicapainya yaitu bisa satu tingkatan atau lebih.

Secara luas Kesesuaian individu-organisasi dianggap sebagai kesesuaian antara karyawan dan organisasi yang menaunginya (Santos, 2015: 2). Kesesuaian individu-organisasi sekaligus menjadi tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan dalam memastikan kinerja karyawan tetap stabil bahkan meningkat. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan memastikan adanya kesesuaian antara nilai- nilai organisasi dengan karakteristik karyawan (P, 2012: 2). Cable dan Judge (1995:6) mengungkapkan bahwa secara teori dan empiris menunjukkan bahwa individu dan organisasi akan sangat efektif ketika nilai (*Value*), kebutuhan (*Need*), ketertarikan (*Interesting*) antara keduanya sesuai. Maksud dari sesuai disini adalah kecocokan nilai individu dengan nilai organisasi (*Person-Organization Fit*), termasuk didalamnya komitmen, kepuasan, dan hak karyawan serta kinerja organisasi. Hal ini didukung oleh penemuan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa karyawan memiliki tingkat kesesuaian lebih tinggi atau nilai yang sama dengan organisasi akan menghasilkan hubungan positif antara individu dan organisasi (Tugal & Kilic, 2015:196). Hubungan positif tersebut

tidak hanya menghasilkan dampak positif bagi organisasi namun terhadap individu juga.

Dalam penelitian Edwards (2008:175) menyatakan bahwa Kesesuaian individu-organisasi merupakan hubungan antara karakteristik individu dan lingkungan sehingga mampu mempengaruhi perilaku karyawan, karena ketika karyawan bekerja di lingkungan dimana terdapat nilai yang sesuai dengan dirinya maka karyawan akan berperilaku positif (Thomas, 2013:10). Diantara perilaku positif yang dihasilkan oleh kesesuaian individu-organisasi, salah satunya adalah kreativitas karyawan. Jadi, ketika karyawan memiliki tingkat kesesuaian individu-organisasi yang tinggi maka karyawan tersebut akan memiliki perilaku yang lebih kreatif (Jin, 2015:27).

Dalam tema Kesesuaian individu-organisasi memang sudah sangat sering diteliti namun masih sedikit yang menguji peran Kesesuaian individu-organisasi terhadap kreativitas karyawan (Jin, 2015: 24). Begitu juga perilaku kreatif, meskipun banyak penelitian yang mengidentifikasi mengenai pendorong dan penghalang perilaku kreatif, tetapi sedikit yang memberikan perhatian pada Kesesuaian individu-organisasi (Saraç, et al 2014:481). Hal tersebut dikarenakan beberapa peneliti menganggap bahwa kesesuaian individu-organisasi akan menciptakan perubahan dalam organisasi (Farabe, 2011: 6), namun pendapat tersebut berbeda dengan hasil dari penelitian lain menunjukkan bahwa kesesuaian nilai antara individu dan lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku kreatif dalam dimensi yang relevan (Leonora, 2012: 12; Jin, 2015: 28).

Hubungan positif antara kesesuaian individu-organisasi dan kreativitas karyawan telah ditunjukkan didalam beberapa penelitian sebelumnya (Choi, 2004:532; Saraç, et al 2014: 494; Jin, 2015: 28). Hal tersebut didukung dengan penelitian Van Maanen and Schein (1979: 228) yang menyatakan bahwa karyawan kreatif adalah karyawan yang memiliki tingkat kesesuaian nilai individu-organisasi yang tinggi. Hal tersebut menjelaskan bahwa ketika karyawan memiliki tingkat kesesuaian antara nilai individu dan organisasi yang tinggi, maka akan mampu mendorong karyawan untuk memiliki perilaku yang kreatif dalam bekerja. Dalam penelitian sebelumnya menemukan bahwa tingkat kesesuaian individu-organisasi (*Person-Organization Fit*) memiliki hubungan yang positif terhadap kreativitas karyawan (Choi, 2004: 532; Saraç, et al 2014: 494; Jin, 2015:28).

Namun, terdapat pendapat lain yang menyatakan bahwa tingkat kesesuaian antara individu dan organisasi (*Person-Organization Fit*) merupakan penghambat (*barrier*) bagi kreativitas karyawan (Farabe, 2011: 6). Pendapat tersebut berdasarkan konsep ASA (*Attraction-Selection-Attrition*) oleh Schneider's (1987). Jadi, ketika karyawan memiliki kesesuaian nilai yang tinggi dengan organisasinya maka karyawan akan bekerja sesuai dengan nilai yang diyakini oleh organisasi. Sehingga menyebabkan karyawan menjadi tidak memiliki kreativitas dalam bekerja karena akan menciptakan hal baru yang mungkin akan bertentangan dengan nilai organisasi.

Selain adanya pengaruh dari tingkat kesesuaian individu-organisasi (*Person-Organization Fit*), kreativitas karyawan dapat didorong oleh komitmen

organisasional yang dimilikinya. Karyawan yang memiliki komitmen tinggi akan cenderung untuk memiliki keyakinan yang kuat dalam menerima tujuan organisasi dan memungkinkan untuk menunjukkan kinerja kreatif yang lebih baik. Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yang menemukan adanya hubungan yang signifikan antara komitmen organisasi dan kreativitas (Sheikhy & Farzan, 2015:222; Porrashidi & Biglari, 2015:146; Sousa & Coelho, 2011:1146).

Komitmen organisasional merupakan faktor yang penting dalam kreativitas karyawan, karena seorang karyawan yang berkomitmen dan memiliki keyakinan kuat dengan nilai organisasi akan rela untuk berusaha ekstra untuk memenuhi tujuan organisasi, dan menunjukkan keinginan untuk mempertahankan keanggotaan organisasi (Sousa & Coelho, 2011:136). Seorang karyawan yang berkomitmen akan cenderung memberikan kontribusi balik terhadap organisasinya (Ackfeldt & Coote, 2005:153) dengan cara berperan untuk kesejahteraan organisasi, dan memungkinkan untuk ikut terlibat dalam kreativitas, seperti kreatif dalam kinerjanya (Wang & Netemeyer, 2004:811) yang kemudian menjadi kemudian kinerja organisasi. Dalam suatu penelitian terdapat sebuah pendapat yang mengatakan bahwa komitmen organisasional merupakan hal yang sangat penting bagi suatu organisasi, apalagi jika perusahaan tersebut yang memiliki tingkat kreativitas tinggi, seperti pada perusahaan industri kreatif dimana manajer berusaha mencari cara untuk menumbuhkan komitmen organisasi karyawannya (Chen et al., 2012:423).

Komitmen organisasi dianggap sebagai keadaan psikologi yang mengikat antara karyawan dengan organisasi (Allen & Meyer, 1990:14). Karyawan dengan komitmen yang tinggi dapat diharapkan akan memperlihatkan kinerja yang optimal (Ghonyah & Masurip, 2011: 119). Terdapat sebuah penelitian mengungkapkan komitmen yang berdasarkan pada seluruh kemampuan simulasi (identifikasi) dan keikutsertaan seorang individu dalam organisasi. Berdasarkan pandangan tersebut komitmen dapat diperoleh dari tiga faktor: satu, penerimaan tujuan dan nilai organisasi, dua, kesediaan untuk bekerja dengan organisasi untuk mencapai tujuan, tiga, keinginan untuk tetap berada dalam organisasi (Porrasidhi & Biglari, 2015: 140). Secara tidak langsung komitmen karyawan dapat dilihat dari kerelaan karyawan untuk melakukan usaha ekstra demi mencapai kesuksesan dalam pekerjaan dan juga memecahkan masalah yang berhubungan dengan pekerjaannya dengan cara yang terbaik (Sousa & Coelho, 2011: 137).

Komitmen mampu memberikan manfaat yang besar bagi perusahaan diantaranya menurunkan biaya perekrutan, retensi, dan pelatihan, karena ketika karyawan berkomitmen maka karyawan akan menunjukkan penerimaan terhadap nilai-nilai organisasi dan bersedia untuk berusaha ekstra demi menjaga hubungannya dengan organisasi (Iqbal et al, 2013:91). Selain itu komitmen organisasional juga mampu menurunkan tingkat karena karyawan memiliki rasa keterikatan dengan organisasi (Allen & Meyer, 1990: 14). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperbaiki komitmen organisasional yang dimiliki oleh karyawan dengan cara meningkatkan emosi positif yang dimilikinya pada pekerjaan melalui beberapa faktor seperti mengikutsertakan karyawan dalam

mengambil keputusan, mengurangi penghambat pekerjaan, menciptakan metode yang efektif dalam memberi penghargaan, serta hukuman (Holagh et al, 2014: 3).

Menurut Chatman (1991:462) kompatibilitas antara individu dengan organisasi akan mampu menjaga komitmen karyawan terhadap organisasi serta membuat karyawan memiliki keinginan untuk tetap melanjutkan bekerja didalam organisasi tersebut. Ketika kesesuaian antara individu dan organisasi meningkat, maka karyawan akan menjadi lebih berkomitmen serta memilih untuk tetap dalam organisasi tempat karyawan tersebut bekerja (Tugal & Kilic, 2015: 201). Jadi, jika karyawan memiliki tidak kesesuaian dengan organisasi dalam hal nilai dan tujuan, maka karyawan akan merasakan ketidakmampuan, kegelisahan, dan tertekan (*stress*). Selain itu, kesesuaian nilai antara individu dan organisasi merupakan kunci untuk menjaga karyawan tetap fleksibel dan berkomitmen, dan hal tersebut telah menjadi kebutuhan bagi organisasi di lingkungan bisnis yang kompetitif (Cable & Parsons, 2001:1; Kristof, 1996:1). Dalam penelitian Carr et al. (2003:613), komitmen telah diuji sebagai anteseden atau variabel yang mendahului beberapa perilaku dan sikap karyawan, salah satunya adalah kreativitas karyawan.

Komitmen organisasional yang dimiliki karyawan akan mampu mendorong karyawan untuk bekerja secara lebih kreatif, karena ketika karyawan merasa memiliki ikatan emosional dengan organisasi maka karyawan akan dapat menerima tujuan organisasi serta menunjukkan kinerja kreatif seperti memecahkan masalah dan menemukan ide yang bermanfaat bagi organisasi. Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa

komitmen organisasi memiliki hubungan positif pada tingkat kreativitas karyawan (Hou et al., 2011:416). Sousa & Coelho (2011:137) mengatakan bahwa karyawan yang berkomitmen pada pekerjaannya akan rela untuk berusaha lebih keras demi mencapai tujuan organisasinya.

Tingkat kesesuaian individu-organisasi (*Person-Organization Fit*) yang dimiliki karyawan akan mampu menstimulasi tingkat komitmen karyawan. Hal tersebut ditunjukkan didalam penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tingkat kesesuaian individu-organisasi (*Person-Organization Fit*) adalah prediktor bagi komitmen organisasional yang dimiliki karyawan (Karakurum, 2005:21). Sehingga karyawan yang memiliki tingkat kesesuaian antara individu dan organisasi akan berkomitmen dalam pekerjaannya. Komitmen organisasional yang dimiliki karyawan akan mampu mendorong karyawan untuk lebih kreatif dalam bekerja, karena ketika karyawan berkomitmen maka karyawan akan memiliki keyakinan kuat dalam menerima tujuan organisasi dan memungkinkan untuk menunjukkan kinerja kreatif seperti memecahkan masalah dan menemukan ide yang bermanfaat bagi perusahaan dan tidak dimiliki oleh pesaing. Hal tersebut menunjukkan bahwa, komitmen organisasional mampu mengarahkan kesesuaian antara individu dan organisasi (*Person-Organization Fit*) menjadi suatu bentuk kreativitas karyawan. Sehingga, komitmen organisasional merupakan suatu variabel yang memiliki kemungkinan untuk memediasi hubungan kesesuaian individu-organisasi dan kreativitas karyawan.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan tiga alasan. Alasan pertama, adanya perbedaan pandangan mengenai hubungan antara Kesesuaian individu-organisasi

terhadap kreativitas karyawan. Dalam beberapa penelitian menganggap bahwa Kesesuaian individu-organisasi memiliki hubungan positif terhadap kreativitas karyawan (Choi, 2004; Saraç, et al 2014; Jin, 2015). Pandangan ini menganggap bahwa ketika tingkat kesesuaian antara individu dan lingkungan tinggi maka kreativitas karyawan akan meningkat. Namun, di sisi lain ada pendapat yang menyatakan bahwa Kesesuaian individu-organisasi dapat menjadi penghalang atau penghambat bagi kreativitas karyawan (Farabe, 2011), karena ketika karyawan memiliki tingkat kesesuaian nilai yang tinggi dengan organisasi maka karyawan tersebut akan bekerja sesuai dengan nilai organisasi sehingga dan tidak berusaha untuk berperilaku kreatif. Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada pendapat yang menyatakan bahwa kesesuaian antara individu dan organisasi memiliki hubungan positif dengan kreativitas karyawan, karena penelitian sebelumnya banyak ditemukan hasil yang positif.

Alasan kedua, penelitian terdahulu melakukan pengujian secara langsung mengenai hubungan antara Kesesuaian individu-organisasi dan kreativitas. Namun dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk melakukan penelitian hubungan antara Kesesuaian individu-organisasi dan kreativitas dengan memasukan variabel mediasi komitmen organisasional. Dalam beberapa penelitian ditemukan bahwa komitmen organisasional merupakan memiliki variabel prediktor yang kuat yaitu Kesesuaian individu-organisasi, dan mampu mempengaruhi perilaku karyawan salah satunya kreativitas karyawan.

Alasan ketiga, penelitian mengenai hubungan antara Kesesuaian individu-organisasi dan kreativitas masih jarang diteliti. Meskipun banyak penelitian yang

ditujukan pada tema Kesesuaian individu-organisasi, namun masih sedikit yang memahami peran Kesesuaian individu-organisasi terhadap kreativitas karyawan (Jin, 2015:24). Hal ini cukup disayangkan mengingat pentingnya kreativitas karyawan, atau kinerja kreatif yang dilakukan oleh karyawan di lingkungan bisnis yang sangat kompetitif dan lingkungan tidak dapat diprediksi (Shalley & Gilson, 2004).

Pada penelitian sebelumnya telah dilakukan penelitian mengenai hubungan Kesesuaian individu-organisasi terhadap kreativitas karyawan pada segala bidang organisasi dan industri (Sarac et al, 2014:487), namun belum menyentuh pada objek kajian UMKM. Perkembangan dunia ekonomi saat ini telah mengalami pergeseran paradigma, yaitu dari ekonomi berbasis sumber daya menjadi paradigma ekonomi berbasis pengetahuan dan kreativitas (Supriyanto, 2006:1). Keberadaan Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian, baik dalam menyerap tenaga kerja, menyumbang devisa maupun kontribusinya dalam menyumbang pendapatan daerah dalam bentuk pajak (Darwanto, 2013:142). UMKM yang diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini adalah UMKM bidang Konfeksi dimana kreativitas dapat berperan langsung bagi UMKM seperti pada hal desain, tehnik jahitan, kualitas bahan, dan lain lain.

UMKM di bidang konfeksi di kota Jepara cukup kompetitif. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya UMKM di bidang konfeksi yang cukup banyak yaitu jenis industri terbesar setelah meubel (jeparakab.bps.go.id) dan masing-masing memiliki keunggulan pada produknya. Di Kota Jepara UMKM bidang konfeksi

cukup beragam diantaranya UMKM yang memproduksi kerudung, celana olah raga, busana muslim, seragam sekolah, tas, kemeja, dan lain lain. Banyaknya produsen dibidang yang sama maka UMKM dituntut untuk memiliki kreativitas dalam memproduksi barangnya agar memiliki keunggulan kompetitif. Hal tersebut sudah dilakukan oleh beberapa UMKM di bidang konfeksi di Kabupaten Jepara, meskipun banyak UMKM yang memproduksi barang yang sama tetapi setiap produsen memiliki keunggulan masing-masing seperti pada kualitas penggunaan barang atau kualitas jahitan.

Kualitas produk yang dihasilkan bergantung pada keahlian dan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan yang berada dalam UMKM bidang konfeksi tersebut. Karyawan dituntut untuk memiliki kreativitas dalam pekerjaannya, karena berdasarkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan pada beberapa karyawan yang bekerja dalam UMKM bidang konfeksi, diketahui bahwa terkadang karyawan harus memenuhi tuntutan dari pemilik UMKM yang menginginkan hasil yang berkualitas atau bagus tetapi pemilik tidak mengetahui cara atau tehnik yang harus digunakan. Sehingga disini karyawan harus kreatif dalam memenuhi tuntutan yang diinginkan oleh pemilik unit usaha.

Dalam suatu UMKM bidang konfeksi tidak hanya memproduksi satu jenis barang, akan tetapi terdapat dua atau lebih jenis barang yang diproduksi. Seperti dalam UMKM bidang konfeksi yang memproduksi pakaian sehari-hari, tidak hanya memproduksi pakaian untuk pria tetapi juga memproduksi pakaian untuk wanita dimana terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam proses produksinya, disini karyawan diharuskan untuk tidak fokus pada satu jenis produk

saja tetapi harus mampu menghasilkan segala jenis produk yang diinginkan oleh pemilik dari UMKM bidang konfeksi. Contohnya karyawan diharuskan memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk atau yang berbeda-beda seperti celana, kemeja, topi, kaos, kerudung, dan lain-lain dimana proses produksinya sangat berbeda satu sama lain..

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “**Hubungan Antara Kesesuaian individu-organisasi Dan Kreativitas Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Mediasi**”. Penelitian ini diharapkan dapat menjawab research gap atau perbedaan hasil penelitian mengenai hubungan antara Kesesuaian individu-organisasi dan kreativitas, dengan komitmen organisasi sebagai variabel mediasi yang diduga mempengaruhi hubungan antara kedua variabel tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah komitmen organisasi merupakan variabel yang berpengaruh pada kurang maksimalnya kreativitas karyawan pada UMKM Konfeksi di Kabupaten Jepara. Maka, pertanyaan penelitian secara khusus dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Apakah kesesuaian individu-organisasi berpengaruh pada kreativitas karyawan ?
2. Apakah kesesuaian individu-organisasi berpengaruh pada komitmen organisasi ?
3. Apakah komitmen organisasi berpengaruh pada kreativitas karyawan ?

4. Apakah komitmen organisasi dapat memediasi hubungan antara kesesuaian individu-organisasi terhadap kreativitas karyawan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian di atas, maka peneliti mempunyai tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini. Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh kesesuaian individu-organisasi (*person-organization fit*) terhadap kreativitas karyawan.
2. Untuk menguji pengaruh komitmen organisasional terhadap kreativitas karyawan.
3. Untuk menguji pengaruh kesesuaian nilai antara individu-organisasi (*person-organization fit*) pada komitmen organisasi.
4. Untuk menguji pengaruh kesesuaian individu-organisasi (*person-organization fit*) pada kreativitas karyawan dengan komitmen organisasional sebagai variabel mediasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat yang berkaitan terhadap pengembangan pengetahuan akademik. Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a) Referensi untuk penelitian pengujian variabel kreativitas karyawan. Mayoritas penelitian dengan variabel kreativitas karyawan diteliti pada ranah psikologis. Padahal kreativitas yang dimiliki oleh karyawan perusahaan mampu memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang.
- b) Kreativitas karyawan merupakan variabel yang masih jarang diteliti sehingga menjadi tambahan referensi konsep kreativitas karyawan terutama bagi beberapa faktor yang mempengaruhinya diantaranya kesesuaian individu-organisasi (*person organization fit*).
- c) Penelitian ini menunjukkan kepada pembaca bahwa terdapat variabel lain yang memiliki kemungkinan menjadi mediasi diantara kedua variabel kesesuaian individu-organisasi (*person organization fit*) dan kreativitas karyawan yaitu komitmen organisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan manfaat secara langsung dari hasil penelitian yang dapat digunakan oleh masyarakat atau pihak yang terkait.

a. Bagi Manajemen

1. Penelitian ini diharapkan dapat membuka kesadaran organisasi tentang pentingnya memberi ruang akan hadirnya kreativitas karyawan di dalam organisasi dimana karyawan bekerja.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan bagi organisasi untuk merekrut karyawan yang memiliki kreativitas yang tinggi, untuk lebih mendukung efektivitas organisasi dengan perilaku kerja yang lebih baik.

b. Bagi karyawan

1. Diharapkan memberikan kesadaran pada karyawan akan pentingnya kreativitas dalam pekerjaan. Sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih efektif dan efisien.
2. Mendorong karyawan untuk menumbuhkan rasa memiliki atau menjadi bagian dalam organisasi atau perusahaan, sehingga dapat meningkatkan semangat kerja.
3. Diharapkan karyawan akan lebih memahami tentang pentingnya menyesuaikan diri dengan nilai, visi dan misi organisasi, sehingga mendorong karyawan untuk lebih aktif mendukung organisasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kreativitas (Creativity)

2.1.1. Pengertian Kreativitas (*Creativity*)

Kreativitas adalah kemampuan seorang individu untuk menciptakan (Olsen, 1996: 11) . Menciptakan disini dapat berupa pendekatan-pendekatan yang unik untuk memecahkan masalah dan membuat suatu keputusan (Luthans, 2002: 114). Kreativitas dapat menciptakan gagasan yang original atau asli serta bermanfaat mengenai produk, layanan, proses, dan prosedur (Zhou & Shalley, 2003:167). Ide atau gagasan dipertimbangkan sebagai hal yang baru jika gagasan tersebut relatif unik dibandingkan dengan ide lain yang ada dalam organisasi, dan gagasan dianggap bermanfaat jika gagasan tersebut memiliki potensi untuk nilai secara langsung maupun tidak langsung terhadap organisasi, baik jangka pendek atau panjang (Hou et al., 2011:413).

West (2000: 14) menganggap kreativitas sebagai penyatuan pengetahuan atau wawasan dari berbagai bidang pengalaman yang berbeda untuk menghasilkan ide-ide atau gagasan baru dan lebih baik. Kreativitas melibatkan seorang individu dalam penemuan atau cara-cara baru yang lebih baik dalam menyelesaikan berbagai hal. Kreativitas dapat dianggap sebagai kemampuan untuk meninggalkan kebiasaan lama yang kaku (Olsen, 1996: 12). Sedangkan, Menurut Satiadarma dan Waruwu (2003: 109), kreativitas pada dasarnya merupakan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan atau karya nyata, baik dalam bentuk ciri-ciri berpikir kreatif maupun berpikir afektif, baik dalam karya baru maupun kombinasi antara hal-hal

yang telah ada. Sejalan dengan gagasan Satiadarma dan Waruwu, Winardi (1990: 13) juga menjelaskan bahwa kreativitas adalah kemampuan dan kekuatan untuk mengembangkan ide-ide baru.

Kreativitas bukan kualitas bawaan yang hanya dimiliki orang-orang terpilih. Kreativitas hadir dalam diri setiap orang. Kreativitas dapat dipelajari, dilatih, dan dikembangkan dengan menggunakan teknik nyata yang mampu meningkatkan dan menstimulasi kemampuan kreatif, gagasan dan hasil kreatif, membantu keluar dari cara pemecahan masalah secara normal, memungkinkan untuk mempertimbangkan alternatif secara luas, serta memperbaiki produktivitas dan kualitas kerja (Severtzi, 2000: 3) . Kreativitas adalah proses menggunakan imajinasi dan ketrampilan untuk mengembangkan produk, objek, proses atau pemikiran yang baru dan unik. Definisi ini dilihat dari tiga jenis kreativitas. Pertama, seseorang dapat menciptakan suatu hal yang baru; kedua, seseorang mampu mengkombinasikan atau menyintesisakan benda-benda; dan ketiga, seseorang mampu meningkatkan atau mengubah barang-barang atau biasa disebut sebagai modifikasi (Kreitner & Kinicki, 2005: 39).

Menurut Munandar (1988: 85) kreativitas merupakan proses yang memanifestasikan diri dalam kelancaran, kelenturan, dan keaslian dalam pemikiran. Kelancaran yang dimaksudkan disini adalah mampu memberikan gagasan yang banyak dalam waktu yang terbatas. Kelenturan adalah mampu melihat berbagai macam kemungkinan dalam penggunaan suatu benda dari berbagai sudut pandang terhadap jawaban dari suatu masalah. Sedangkan keaslian

berarti mampu memberikan respon atau jawaban yang tidak terduga atau tidak terpikirkan oleh orang lain pada umumnya.

Proses kreativitas ditandai dengan adanya pembenihan gagasan atau ide baru yang orisinal, lebih maju, dan sekaligus sebagai lompatan atau jenjang baru dalam alam pikiran si pencetus gagasan, atau dalam pikiran orang lain yang dapat memahaminya (Chandra, 1994: 15). Kreativitas adalah kemampuan mental dan berbagai jenis ketrampilan khas manusia yang mampu melahirkan pengungkapan yang unik, berbeda, orisinal, baru, indah, efisien, tepat sasaran dan tepat guna. Dalam manajemen, baik pada manajemen produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia, perusahaan selalu menerapkan suatu sistem yang memiliki hasil dan efisiensi yang sudah teruji. Kreativitas memiliki peran utama dalam pengembangan produk, upaya pemasaran dan kegiatan promosi, pendidikan dan pelatihan karyawan, situasi yang mendesak yang dihadapi oleh perusahaan, serta pelaksanaan dari sistem pengendalian mutu. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kreativitas karyawan merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu hal yang baru atau belum pernah ada sebelumnya dengan cara benar-benar menciptakan hal baru atau mengkombinasikan hal-hal yang ada menjadi sesuatu yang baru yang memiliki nilai guna, dan hasil dari kreativitas dapat berupa berbagai macam hal seperti produk, layanan, proses, prosedur, dan lain-lain.

2.1.2. Aspek-aspek Kreativitas

Kreativitas dapat dijabarkan dalam empat aspek kreativitas atau “empat P” , yaitu *person, process, press dan product* (Safaria, 2005: 14). Pendapat tersebut

sejalan dengan Munandar (1999: 45-46) yang menyatakan bahwa kreativitas dapat dijabarkan melalui empat aspek tersebut, yaitu :

a. Pribadi (*person*)

Individu yang kreatif selalu ingin tahu, memiliki minat dan menyukai aktivitas yang kreatif. Individu yang kreatif mampu melihat masalah dari berbagai sudut pandang dan memiliki kemampuan dalam menciptakan ide, konsep atau kemungkinan-kemungkinan yang ada.

b. Proses (*process*)

Peluang untuk mengekspresikan diri secara kreatif dan sarana prasarana yang memadai dalam kegiatan kreatif. Dalam hal ini yang paling dibutuhkan adalah waktu, ketekunan, keuletan, serta kerja keras dari dalam diri individu.

c. Produk (*product*)

Produk kreatif dapat dikategorikan menjadi tiga kategori, yaitu kebaruan, pemecahan, serta elaborasi dan sintesis. Kebaruan adalah sejauh mana produk itu baru dalam hal jumlah, teknik, bahan dan konsep yang terkait. Pemecahan menyangkut sejauh mana produk itu memenuhi kebutuhan. Sedangkan elaborasi dan sintesis merujuk pada sejauh mana produk itu menggabungkan unsur-unsur yang tidak sama menjadi keseluruhan yang canggih. Produk kreatif sebagai hasil dari kualitas unik individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

d. Pendorong (*press*)

Terwujudnya kreativitas adalah adanya dorongan dari dalam diri individu baik dari dalam diri sendiri maupun dari luar atau lingkungan. Kondisi yang aman serta bebas dapat meningkatkan daya kreativitas individu. Yang dimaksud bebas dan aman disini adalah bebas berekspresi dan memberi kepercayaan pada seorang individu.

2.1.3. Faktor Pendorong Kreativitas

Ada dua faktor penting dapat meningkatkan kreativitas (Hurlock, 1978: 10), yaitu :

a. Sikap

Lingkungan di sekitar individu haruslah mampu memberikan dorongan dan rangsangan agar dapat membantu individu untuk berkreasi.

b. Kondisi

Kondisi yang menguntungkan bagi perkembangan kreativitas haruslah di sediakan agar potensi kreatif dalam diri individu dapat berkembang secara baik.

2.1.4. Indikator Kreativitas Karyawan

Terdapat sembilan indikator mengenai Kreativitas karyawan, yaitu meliputi (Tierney et al, 1999: 620), yaitu meliputi:

1. Menunjukkan originalitas dalam pekerjaannya.

Karyawan menunjukkan karakteristik khusus yang berbeda dengan karyawan lainnya dalam mengerjakan pekerjaannya.

2. Mengambil resiko dalam menemukan ide baru dalam pekerjaanya.

Karyawan berani mengambil resiko dalam rangka menemukan gagasan baru dalam mengerjakan pekerjaanya.

3. Menemukan kegunaan atau manfaat baru dari metode atau peralatan yang ada.

Karyawan memiliki ide atau gagasan baru mengenai kegunaan atau manfaat baru atau lebih dalam menggunakan metode atau peralatan yang sudah ada.

4. Memecahkan masalah yang menimbulkan kesulitan lain.

Karyawan mampu memecahkan atau memiliki solusi terhadap masalah yang telah mengakibatkan adanya kesulitan pada hal lainnya.

5. Mencoba ide dan pendekatan baru terhadap masalah.

Karyawan mampu memiirkan ide baru atau pendekatan yang belum pernah dilakukan sebelumnya terhadap suatu masalah yang ada.

6. Mengidentifikasi peluang untuk produk/proses baru.

Karyawan mampu mengidentifikasi mengenai peluang yang ada dalam menciptakan produk atau ide yang baru dan berbeda dari yang sudah ada sebelumnya.

7. Menciptakan kebaruan atau novelti ide yang berkaitan dengan pekerjaan.

Karyawan mampu menciptakan ide yang baru dan memiliki keterkaitan dengan pekerjaan yang dikerjakanya.

8. Memiliki peran baik dalam kreativitas.

Karyawan mampu berperan baik dalam menciptakan ide baru serta hal-hal yang berkaitan dengan kreativitas dalam pekerjaanya.

9. Menciptakan ide revolusioner dalam bidangnya.

Karyawan mampu menciptakan ide yang mampu membawa perubahan dalam bidangnya di suatu organisasi dimana ide tersebut membawa kearah perubahan yang lebih baik dari sebelumnya.

2.2. Kesesuaian individu-organisasi (*Person-Organization Fit*)

2.2.1. Pengertian Kesesuaian individu-organisasi (*Person-Organization Fit*)

Kesesuaian individu-organisasi atau yang biasa disebut dengan istilah *Person-Organization Fit (POF)* didefinisikan sebagai kesesuaian nilai individu dengan nilai organisasi. Kesesuaian individu-organisasi sangat cocok dalam penggunaannya ketika melakukan seleksi karyawan dalam organisasi. Untuk mengetahui kesesuaian individu-organisasi diperlukan wawancara yang memungkinkan organisai dan karyawan mengetahui sejauh mana kesesuaian antara nilai dan kepentingan dari masing-masing pihak (Cable & Judge, 1995: 3). Karyawan dikatakan memiliki kesesuaian individu-organisasi jika karyawan tersebut merasa memiliki nilai yang sesuai dengan organisasi dan nilai yang dirasakan dimiliki oleh karyawan tersebut (Judge & Cable, 1996:304).

Menurut Chatman (1989:339) kesesuaian individu-organisasi didefinisikan sebagai kesesuaian norma-norma dan nilai-nilai organisasi dengan nilai-nilai individu karyawan. Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa kesesuaian individu-organisasi merupakan pencocokan antara karakteristik individu karyawan dengan organisasi. Karakteristik individu terdiri dari ide-ide individu, prinsip, kepentingan, dan karakteristik organisasi terdiri dari doktrin organisasi, norma, tradisi, dan iklim organisasi secara keseluruhan (Hassan, 2012: 174).

Vianen (2000: 118) menyatakan bahwa terdapat dua perspektif mengenai kesesuaian individu-organisasi, yaitu:

- a. *Supplementary fit* (kesesuaian tambahan) dan *complementary fit* (kesesuaian pelengkap). *Supplementary fit*, adalah keadaan dimana individu memiliki karakteristik yang sama dengan individu lain dalam suatu organisasi atau lingkungan. *Complementary fit* adalah keadaan dimana karakteristik yang dimiliki individu mampu melengkapi karakteristik yang tidak dimiliki oleh organisasi.
- b. *Supplies-values fit* (kebutuhan-persediaan) dan *demands-abilities fit* (permintaan-kemampuan). *Supplies-values fit* adalah keadaan dimana organisasi dapat memuaskan nilai-nilai yang dimiliki oleh individu dalam organisasi. *Demands-abilities fit* adalah keadaan dimana individu memiliki kemampuan yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh organisasi sehingga individu tersebut dapat memenuhi tuntutan dari organisasi.

Berdasarkan uraian diatas, kesesuaian individu-organisasi dapat didefinisikan sebagai kesesuaian atau kecocokan antara karyawan dan organisasi ketika salah satu pihak menyediakan kebutuhan pihak yang lain, dan kedua pihak memiliki karakteristik fundamental yang sama. Definisi ini sesuai dengan beberapa konseptualisasi kesesuaian individu-organisasi dan memungkinkan perspektif *supplementary fit* dan *complementary fit* untuk dipertimbangkan secara seimbang (Kristof, 1996:4).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kesesuaian individu-organisasi adalah kesesuaian antara nilai yang dimiliki individu karyawan dengan nilai yang diterapkan dalam suatu organisasi sehingga memungkinkan karyawan untuk memiliki antusias yang tinggi untuk mendukung cita-cita dan tujuan yang akan dicapai oleh organisasi.

2.2.2. Cara Mengelola Kesesuaian Individu-Organisasi

Ada sepuluh cara untuk mengelola kesesuaian individu-organisasi yang efektif untuk mencapai tujuan organisasi (Sutarjo, 2011: 228), diantaranya:

1. Proses pemilihan karyawan

Dalam proses pemilihan karyawan perusahaan harus selektif untuk mendapatkan karyawan yang baik dalam bekerja dan tidak meninggalkan organisasi sewaktu-waktu. Selama proses seleksi karyawan, perusahaan perlu memahami kesesuaian individu-organisasi antara kedua belah pihak, agar mendapatkan karyawan yang memiliki pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan sesuai. Mencari calon yang memiliki potensi dibutuhkan pendekatan yang lebih fleksibel dan komprehensif.

2. Menyampaikan informasi atau pesan selama penyewaan dan seleksi karyawan.

Sejak awal proses rekrutmen melalui pekerjaan jangka panjang, manajer seharusnya memberikan perhatian tentang bagaimana mengkomunikasikan mengenai unit kerja dan nilai organisasi secara jelas. Organisasi harus memberikan informasi secara rinci dan spesifik tentang kesempatan pelatihan,

tingkat tanggung jawab, nilai, kebijakan, dan budaya organisasi sehingga individu dapat menilai kecocokan dengan organisasi.

3. Sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu proses dimana organisasi membawa karyawan baru ke dalam budaya. Untuk dapat bekerja di sebuah organisasi, karyawan harus memasukkan nilai, norma, dan budaya sehingga mereka menjadi bagian dari organisasi. Dalam hal budaya, sosialisasi melibatkan nilai, asumsi, dan sikap dari karyawan lama untuk karyawan baru.

4. Intervensi Budaya

Cara yang paling efektif untuk mengubah keyakinan dan nilai orang adalah dengan cara mengubah perilaku mereka. Namun, perubahan perilaku tidak selalu menghasilkan perubahan budaya karena adanya proses pembenaran. Biasanya komunikasi adalah metode yang digunakan oleh para manajer untuk memotivasi karyawan agar berperilaku baru. Dalam mengomunikasikan budaya dapat berupa pengumuman, memo, ritual, cerita, dan bentuk lain dari komunikasi.

5. Pelatihan Komprehensif

Dalam rangka menyediakan karyawan dengan pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan yang diperlukan untuk unggul dalam pekerjaan harus melalui program pelatihan yang dapat meningkatkan kesesuaian dalam diri karyawan. Pelatihan tidak hanya digunakan untuk mempersiapkan karyawan untuk memenuhi tantangan dari pekerjaan yang akan mereka hadapi, tetapi juga untuk meningkatkan dan memperbaiki keterampilan karyawan yang ada.

6. Mengukur “*ideal*” dan “*actual*” nilai dan budaya organisasi.

Ideal adalah mengenai apa yang diharapkan, sedangkan actual adalah kenyataan yang ada. Jika “*ideal*” dan “*actual*” telah ditetapkan, maka akan dapat dibandingkan untuk mengetahui dimana ketidak sesuaian dan kesesuaian yang ada. Jika manajer ingin budaya mereka berbeda, mereka dapat mengambil langkah spesifik untuk mencapai profil yang diharapkan.

7. Perencanaan karir dan proses manajemen pengembangan.

Karir adalah rangkaian perkembangan pengalaman kerja dari waktu ke waktu. Untuk menghindari rangkaian masalah dengan karir puncak, organisasi seharusnya mengembangkan intervensi pengembangan karir, Organisasi seharusnya menginvestasikan sumber yang signifikan dalam pengembangan dan proses manajemen karir terhadap karyawan yang memiliki potensi tinggi. Seperti yang diketahui bahwa pengembangan karir, manajemen karir, dan perencanaan karir memiliki dampak yang besar mengenai tercapai atau tidaknya tujuan organisasi dan tujuan individu.

8. Menjaga keragaman dalam organisasi.

Manusia ditakdirkan tidak sama, baik secara latar belakang biologis dan pendidikan, sehingga banyak faktor yang mempengaruhi karakteristik setiap individu karyawan. Oleh karena itu, keragaman dari individu sudah menjadi keadaan yang tidak bisa dinafikan keberadaanya. Perusahaan perlu memahami keberagaman ini secara terbuka dan menerimanya sebagai dinamika yang terdapat dalam organisasi.

9. Peran pemimpin.

Peran pimpinan sangat diperlukan untuk memotivasi karyawan agar memiliki komitmen dan kepercayaan yang tinggi. Gaya kepemimpinan dengan interaksi tinggi diprediksi dapat meningkatkan hal tersebut, daripada karyawan yang bekerja dibawah pimpinan dengan gaya interaksi rendah.

10. Fokus pada individu dan budaya organisasi

Dalam menciptakan individu yang mendukung budaya organisasi, serta budaya organisasi yang mendukung individu diperlukan proses perubahan. Sinergi diantara kedua pihak akan mengakibatkan tercapainya kesuksesan kedua belah pihak.

2.2.3. Indikator Kesesuaian individu-organisasi

Terdapat empat indikator mengenai Kesesuaian Individu-Organisasi, yaitu meliputi (Judge & Cable, 1996), yaitu meliputi:

1. Kesesuaian Nilai

Adanya kesesuaian antara nilai individu dengan nilai organisasi

2. Kesesuaian Tujuan

Adanya kesesuaian antara tujuan individu dengan tujuan organisasi

3. Kesesuaian kepribadian dan karakteristik

Adanya kesesuaian antara kepribadian individu dengan karakteristik organisasi

4. Kesesuaian budaya

Adanya kesesuaian antara keyakinan dan nilai individu dengan budaya, norma dari sebuah Organisasi.

2.3. Komitmen Organisasi

2.3.1. Pengertian Komitmen Organisasi

Komitmen didefinisikan secara umum sebagai kekuatan atau cara berpikir yang mengikat individu ke dalam serangkaian kegiatan yang relevan dengan satu atau beberapa target (Meyer et al, 2002:22). Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa komitmen organisasi adalah kemauan untuk melanjutkan pekerjaan dengan organisasi, setia kepada organisasi untuk mengerahkan usaha ekstra dalam rangka mencapai tujuan organisasi, dan tingkat identifikasi karyawan dalam organisasi (Haq et al, 2014: 18) . Robbins and Judge (2008: 101) menyatakan bahwa komitmen organisasi adalah suatu keadaan dimana seorang karyawan memihak organisasi tertentu serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi tersebut.

Menurut Kreitner dan Kinicki (2014: 165), komitmen organisasi mencerminkan tingkatan dimana seseorang mengenali sebuah organisasi dan terikat pada tujuan-tujuannya. Komitmen organisasi adalah sikap kerja yang penting karena orang-orang yang memiliki komitmen diharapkan bisa menunjukkan kesediaan untuk bekerja lebih keras demi mencapai tujuan organisasi dan memiliki hasrat yang lebih besar untuk tetap bekerja dalam suatu perusahaan. Sejalan dengan Kreitner dan Kinicki (2014: 165), Griffin (2004: 15) mengungkapkan bahwa komitmen organisasi adalah sebuah sikap yang menunjukkan sejauh mana seorang individu mengenal dan terikat dengan organisasinya. Seorang individu yang memiliki komitmen tinggi memiliki kemungkinan untuk memandang dirinya sebagai anggota sejati dari sebuah organisasi. Sebaliknya, apabila seorang individu

memiliki komitmen organisasi yang rendah maka akan cenderung lebih melihat dirinya sebagai orang luar (Griffin, 2004: 15).

Menurut Wartini dan Harjiyanti (2014: 231), komitmen organisasi adalah proses dimana karyawan mengidentifikasi diri dengan aturan, nilai, dan tujuan organisasi. Sama halnya dengan Purnami (2013: 3) yang menyatakan bahwa komitmen organisasional adalah keinginan kuat untuk tetap sebagai anggota organisasi tertentu, keinginan untuk berusaha keras sesuai keinginan organisasi, keyakinan tertentu dan penerimaan nilai dan tujuan organisasi. Dengan kata lain, komitmen organisasional menunjukkan sikap yang merefleksikan loyalitas karyawan pada organisasi dan proses berkelanjutan dimana anggota organisasi mengekspresikan perhatiannya terhadap organisasi dan keberhasilan serta kemajuan yang berkelanjutan.

Berdasarkan definisi-definisi mengenai komitmen organisasional tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasional adalah sikap yang dimiliki karyawan dimana karyawan ingin tetap menjadi bagian dari organisasi, memihak kepada organisasi, dan memberikan usaha ekstra untuk mencapai kepentingan dan tujuan organisasi.

2.3.2. Indikator Komitmen Organisasi

Meyer dan Allen (1991:67) mengemukakan terdapat tiga indikator dari komitmen organisasi yaitu:

1. Komitmen Afektif (*Affective Commitment*)

Komitmen afektif mengacu pada keterikatan secara emosional, identifikasi, dan keterlibatan seorang karyawan dalam suatu organisasi. Karyawan yang memiliki

komitmen afektif kuat akan cenderung untuk terus melanjutkan pekerjaan dan menjadi anggota dalam organisasi karena keinginannya sendiri. Intinya karyawan berkomitmen karena adanya ikatan secara emosional.

2. Komitmen Berkelanjutan (*Continuance Commitment*)

Komitmen berkelanjutan adalah komitmen karyawan yang didasarkan pada pertimbangan mengenai apa yang harus dikorbankan ketika akan meninggalkan organisasi atau kerugian yang akan diperoleh jika tidak melanjutkan pekerjaannya dalam organisasi. Intinya karyawan berkomitmen karena perasaan membutuhkan untuk tetap bekerja dalam organisasi.

3. Komitmen Normatif (*Normative Commitment*)

Komitmen normatif mencerminkan perasaan kewajiban dari anggota organisasi untuk melanjutkan pekerjaannya. Karyawan dengan tingkat komitmen normatif tinggi merasa bahwa mereka harus tetap tinggal dalam organisasi karena kesadaran akan tanggung jawab dari pekerjaan tersebut. Intinya karyawan berkomitmen karena adanya kesadaran dan rasa tanggung jawab yang dimilikinya terhadap organisasi.

2.3.3. Faktor yang mempengaruhi Komitmen Organisasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi karyawan terbagi menjadi dua (Teresia & Suyasa, 2008: 160-161), yaitu :

1. Faktor Pribadi

Diantaranya yang termasuk sebagai faktor pribadi adalah jenis kelamin, tingkat pendidikan, usia, dan lama waktu bekerja.

2. Faktor Organisasi

Faktor organisasi yang mempengaruhi karyawan ada tiga. Pertama, karakteristik kerjayang berkaitan dengan karyawan dalam organisasi. Kedua, karakteristik struktur yang dipengaruhi besarnya organisasi dan bentuk organisasi. Ketiga, pegalaman kerja yang dimiliki oleh karyawan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dijadikan sebagai dasar acuan dalam penyusunan penelitian ini dan sebagai pembanding serta pendukung antara penelitian terdahulu dan penelitian berikutnya.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Objek Penelitian	Hasil
Pengaruh Kesesuaian individu-organisasi pada Kreativitas				
1.	Angela M. Farabee (2011)	<i>Person-Organization fit as Barrier to Employee Creativity..</i>	394 mahasiswa menengah dari universitas Midwestern.	Kesesuaian pada nilai kreativitas/inovasi memiliki hubungan positif terhadap kreativitas karyawan.
2.	Mehlika Sarac, Ismail Efil dan Mehmet Eryilmaz (2015)	<i>A study of the relationship between person-organization fit and employee Creativity.</i>	96 orang karyawan dari berbagai bidang organisasi dan industri di Turki	Kesesuaian individu-organisasi dalam kesesuaian secara positif mempengaruhi kreativitas karyawan.
3.	Sirkwoo Jinn (2015)	<i>The Relationship between Person-Organization Fit and Employee Creativity: The Mediating Role of Creative Capital.</i>	102 karyawan swasta di suatu perusahaan di Taiwan.	Menunjukkan adanya hubungan positif antara kesesuaian individu-organisasi dan kreativitas karyawan.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Objek Penelitian	Hasil
Pengaruh Kesesuaian individu-organisasi pada Komitmen Organisasi				
4.	Colin Silverthorne (2004)	<i>The impact of organizational culture and person-organization fit on organizational commitment and job satisfaction in Taiwan</i>	120 orang karyawan dari tiga perusahaan di Taiwan.	<i>Person-Organization Fit</i> yang lebih baik akan menghasilkan tingkat Komitmen Organisasional yang lebih tinggi dan tingkat <i>Turnover</i> yang lebih rendah.
5.	Muge Karakurum (2005)	<i>The Effects of Person-Organization Fit on Employee Job Satisfaction, Performance, and Organizational Commitmen in a Turkish Public Organization.</i>	180 Karyawan perusahaan umum di Turki	<i>Person-organization fit</i> berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Komitmen organisasional.
6.	Sih Darmi Astuti (2010)	Model <i>Person-Organization fit</i> (P-O FIT Model) terhadap Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional, dan Kinerja Karyawan.	159 Orang karyawan tetap Karoseri Laksana Ungaran.	Adanya peningkatan <i>person-organization fit</i> akan memberikan pengaruh pada komitmen organisasional.
7.	Jaleh Farzaneh Ali Dehghanpour Farashah Mehdi Kazemi (2014)	<i>The impact of person-job fit and person-organization fit on OCB : The mediating and moderating effects of organizational commitment and psychological empowerment.</i>	520 Orang karyawan Iran <i>Northeast Gas Transfer Company.</i>	<i>Person-Organization Fit</i> memiliki pengaruh lebih besar terhadap Komitmen Organisasi daripada <i>Person-Job Fit.</i>
Pengaruh Komitmen Organisasi pada Kreativitas				
8	Carlos M.P. Sousa Filipe Coelho (2011)	<i>From personal values to Creativity: evidence from frontline service employees</i>	319 Orang karyawan bank besar di Portugis.	Komitmen organisasi memiliki pengaruh positif terhadap kreativitas karyawan.
9	Yubo Hou, Ge Gao, Fei Wang, Tingrui Li, and Zhilan Yu (2011)	<i>Organizational Commitment and Creativity: the Inuence of Thinking Styles</i>	134 orang karyawan dari sebuah perusahaan besar IT di Cina.	Komitmen organisasi adalah prediktor signifikan Kreativitas.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Objek Penelitian	Hasil
10	Ayyub Sheikhy dan Forough Farzan (2015)	<i>Explaining the relationship between employees' personal values, Creativity, organizational commitment and customer oriented in Pasargad Bank branches</i>	200 Orang karyawan dan ahli dari Bank Pasargad di Iran.	Dapat dikatakan dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa ada hubungan yang signifikan antara komitmen organisasi kreativitas karyawan.
11	Rustam Porrashidi dan Majid Biglari (2015)	<i>Explaining the relationship between organizational culture, organizational commitment and employees' Creativity among employees of Fars Province Telecommunication Company in 2015</i>	351 Orang Karyawan dari perusahaan Fars Province Telecommunication,	Ada sebuah hubungan yang signifikan diantara komitmen organisasi dan kreativitas karyawan.

Sumber : Penelitian-Penelitian Terdahulu

2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

2.5.1. Pengaruh Kesesuaian Individu-Organisasi Pada Kreativitas Karyawan.

Kesesuaian individu-organisasi biasa disebut dengan istilah *Person-Organization Fit* (POF) yang didefinisikan sebagai kesesuaian antara keseluruhan nilai yang dimiliki individu dengan nilai yang diterapkan dalam organisasi (Judge A. & Cable M., 1996, 1996: 304). Karakteristik lingkungan kerja memiliki kemungkinan untuk mencegah atau meningkatkan kreativitas karyawan melalui interaksi dengan karakteristik atau nilai individu.

Ketika karyawan bekerja di lingkungan dimana terdapat kesesuaian nilai dengan diri karyawan maka karyawan akan berperilaku positif (Thomas, 2013: 10). Diantara perilaku positif yang dihasilkan oleh kesesuaian individu-organisasi,

salah satunya adalah kreativitas karyawan. Jadi, ketika karyawan memiliki tingkat kesesuaian individu-organisasi yang tinggi maka karyawan tersebut akan memiliki perilaku yang lebih kreatif (Jin, 2015: 4). Kesesuaian antara individu dan lingkungan pada dimensi yang relevan secara positif mempengaruhi perilaku kreatif karyawan (Tierney et al, 1999: 613, Leonora, 2012: 12, Jin, 2015:5). Van Maanen dan Schein (1979: 228) juga berpendapat bahwa individu yang kreatif adalah orang-orang yang memiliki skor tinggi dalam kesesuaian individu-organisasi.

2.5.2. Pengaruh Kesesuaian individu-organisasi pada Komitmen Organisasi.

Menurut Chatman (1991: 462) kompatibilitas antara individu dengan organisasi akan mampu menjaga komitmen karyawan terhadap organisasi serta membuat karyawan memiliki keinginan untuk tetap melanjutkan bekerja didalam organisasi tersebut. Dalam penelitian Carr et al. (2003: 9), komitmen telah diuji sebagai anteseden atau variabel yang mendahului beberapa perilaku dan sikap karyawan, salah satunya adalah kreativitas karyawan.

Karyawan yang memiliki kesesuaian antara nilai individu dengan nilai organisasi dapat meningkatkan komitmen karyawan terhadap organisasinya dengan tetap tinggal di organisasi dalam jangka waktu yang lama (Kristof, 1996: 1). Jadi semakin tinggi kesesuaian individu-organisasi yang dirasakan karyawan akan meningkatkan komitmen organisasi. Hal ini menunjukkan kesesuaian individu-organisasi berpengaruh positif pada komitmen organisasi (Saleem et al., 2011: 113; Dimaculangan & Aguiling, 2012: 201; Ahmadi et al., 2014: 41; dan Khaola & Sebotsa, 2015: 71).

2.5.3. Pengaruh Komitmen Organisasi Pada Kreativitas Karyawan.

Komitmen organisasional merupakan faktor yang penting dalam kreativitas karyawan, karena seorang karyawan yang berkomitmen dan memiliki keyakinan kuat dengan nilai organisasi akan rela untuk berusaha ekstra untuk memenuhi tujuan organisasi, dan menunjukkan keinginan untuk mempertahankan keanggotaan organisasi (Sousa & Coelho, 2011: 8). Seorang karyawan yang berkomitmen akan cenderung membalas atasannya (Ackfeldt dan Coote, 2005: 3) dengan cara berperan untuk kesejahteraan organisasi, dan memungkinkan untuk ikut terlibat dalam kreativitas, seperti kreatif dalam kinerjanya (Wang & Netemeyer, 2004: 7) yang kemudian menjadi kemudian kinerja organisasi.

Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yang menemukan adanya hubungan yang signifikan antara komitmen organisasi dan kreativitas (Sheiky & Farzan, 2015: 5; Porrasidhi & Biglari, 2015: 8; Sousa & Coelho, 2011: 18).

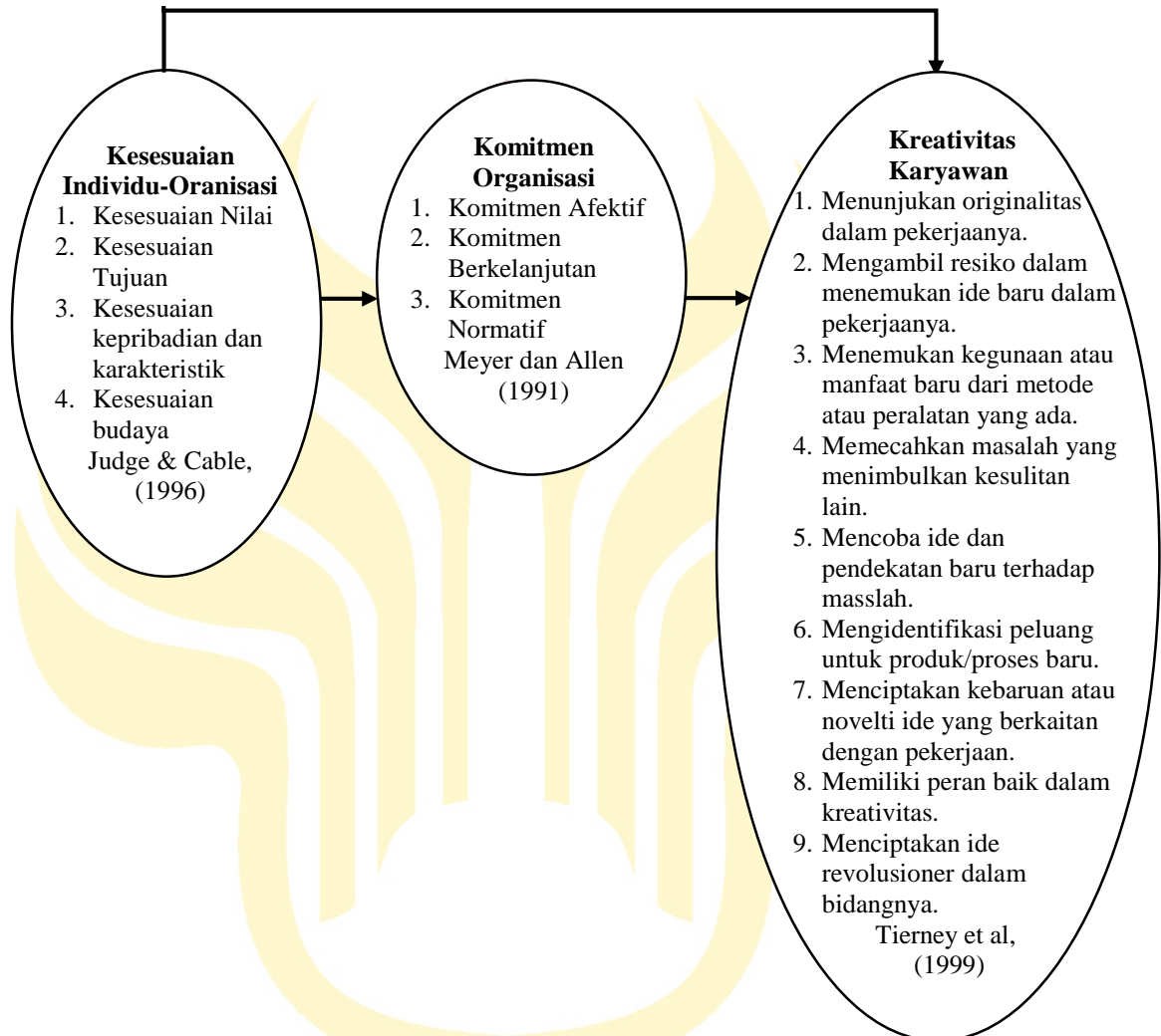
2.5.4. Pengaruh Kesesuaian individu-organisasi pada Kreativitas karyawan melalui Komitmen Organisasi sebagai Pemediasi.

Tingkat kesesuaian individu-organisasi (*Person-Organization Fit*) yang dimiliki karyawan akan mampu menciptakan komitmen karyawan ada pekerjaannya. Hal tersebut ditunjukkan didalam penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tingkat kesesuaian individu-organisasi (*Person-Organization Fit*) adalah prediktor bagi komitmen organisasional yang dimiliki karyawan (Karakurum, 2005: 21). Sehingga karyawan yang memiliki tingkat kesesuaian antara individu dan organisasi akan menjadi berkomitmen dalam pekerjaannya

Sedangkan karyawan yang memiliki komitmen organisasional yang tinggi akan cenderung untuk memiliki keyakinan yang kuat dalam menerima tujuan organisasi dan memungkinkan untuk menunjukkan kinerja yang kreatif yang lebih baik. Karyawan yang memiliki komitmen tinggi akan cenderung untuk memiliki keyakinan yang kuat dalam menerima tujuan organisasi dan memungkinkan untuk menunjukkan kinerja kreatif yang lebih baik. Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yang menemukan adanya hubungan yang signifikan antara komitmen organisasi dan kreativitas (Sheiky & Farzan, 2015: 5; Porrasidhi & Biglari, 2015: 8; Sousa & Coelho, 2011: 18).

Jadi, Ketika kesesuaian antara individu dan organisasi meningkat, maka karyawan akan menjadi lebih berkomitmen serta memilih untuk tetap dalam organisasi tempat karyawan tersebut bekerja (Tugal & Kilic, 2015: 7). Dengan peran komitmen yang mampu mendorong karyawan untuk menjadi lebih kreatif serta menjadi variabel konsekuensi dari kesesuaian nilai individu-organisasi, maka komitmen karyawan akan mampu menjadi variabel yang memediasi hubungan antara kesesuaian individu-organisasi terhadap kreativitas yang dimiliki karyawan.

Berdasarkan uraian di atas kemudian peneliti membuat model yang dijadikan dasar dalam penelitian ini yang bisa dilihat pada gambar 2.1



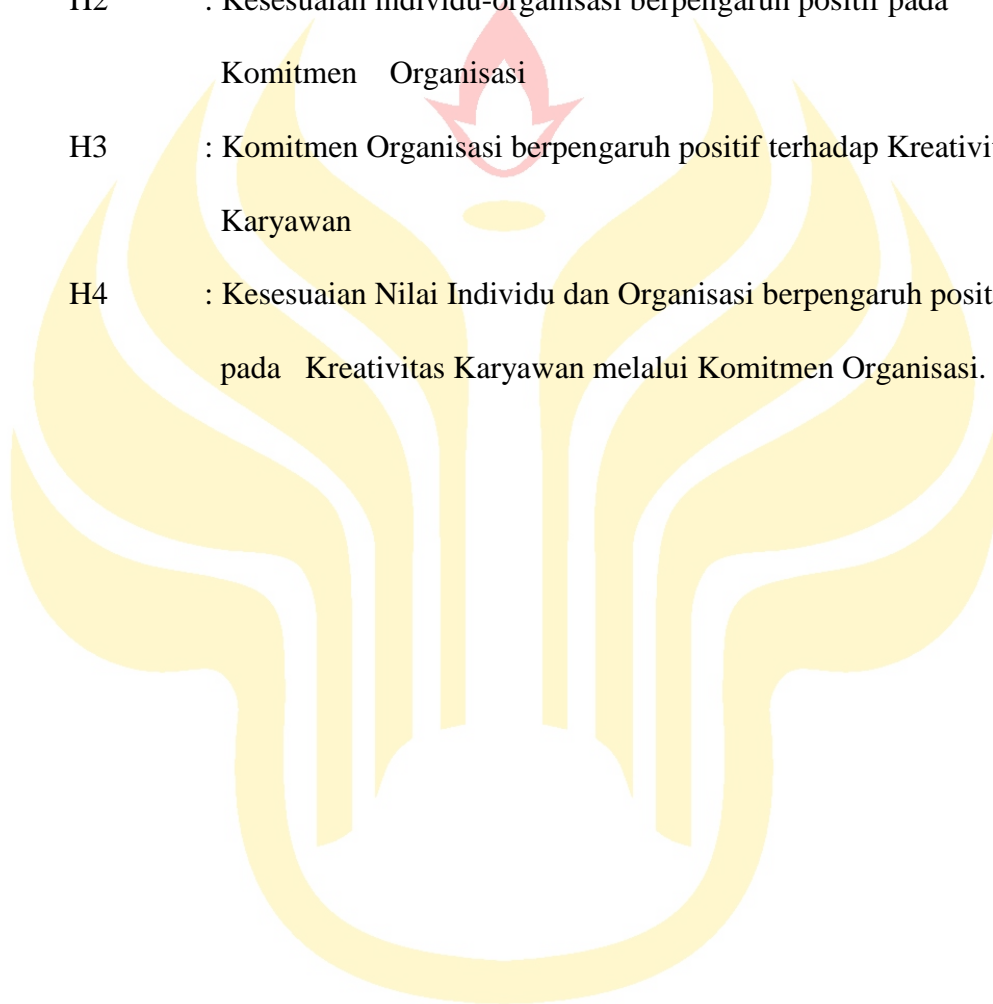
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.6 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum berdasar fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. (Sugiyono, 2015: 96).

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

- H1 : Kesesuaian individu-organisasi berpengaruh positif pada Kreativitas Karyawan
- H2 : Kesesuaian individu-organisasi berpengaruh positif pada Komitmen Organisasi
- H3 : Komitmen Organisasi berpengaruh positif terhadap Kreativitas Karyawan
- H4 : Kesesuaian Nilai Individu dan Organisasi berpengaruh positif pada Kreativitas Karyawan melalui Komitmen Organisasi.



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesesuaian individu-organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kesesuaian individu-organisasi yang dimiliki karyawan, akan dapat menstimulus karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara untuk lebih kreatif dalam pekerjaannya.
2. Kesesuaian individu-organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi karyawan karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kesesuaian individu-organisasi yang dimiliki karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara mampu menjadi pemicu untuk meningkatkan komitmen organisasi yang dimiliki karyawan karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara.
3. Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas karyawan karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat komitmen organisasi, maka akan dapat mendorong terciptanya kreativitas karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara.

4. Komitmen organisasi dapat memediasi hubungan kesesuaian nilai individu pada kreativitas karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian individu organisasi dapat meningkatkan komitmen organisasi sehingga mendorong kreativitas individu yang dimiliki karyawan karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara.

5.1. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut: Berdasarkan simpulan di atas, maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara
 - a. Organisasi sebaiknya mengadakan sosialisasi yang intensif dalam bentuk sebuah pertemuan dimana pemilik usaha menjelaskan secara langsung pada karyawan mengenai nilai-nilai dan budaya yang dimiliki oleh organisasi, meskipun kesesuaian nilai dan budaya termasuk sedang yaitu 58,92% tapi jika dibandingkan dengan tiga indikator lainnya kesesuaian nilai dan budaya adalah yang paling rendah.
 - b. Organisasi hendaknya membuat sistem kerja yang mampu mengikat karyawan. Nilai indeks terendah pada komitmen organisasi terdapat pada indikator dimana karyawan merasa organisasi berhak mendapatkan kesetiiaanya yaitu sebesar 77,56%, hal tersebut karena tidak adanya sistem kerja yang mengikat karyawan merasa ragu untuk memberikan

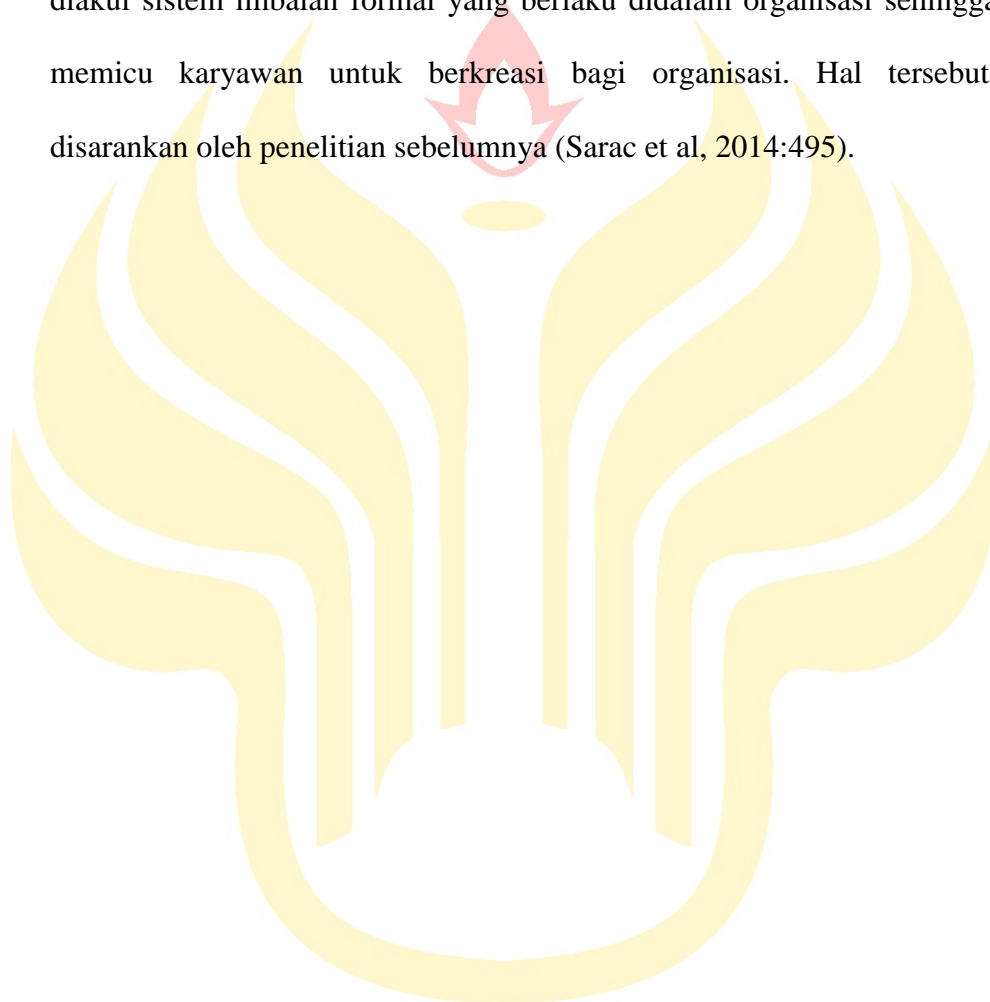
kesetiiaanya karena tidak adanya kepastian mengenai kerjasama di masa depan.

- c. Pihak pemilik unit usaha perlu mengadakan sesi diskusi yang terbuka bagi semua karyawan untuk mengutarakan ide serta pendapatnya. Pada variabel kreativitas karyawan indeks frekuensi terendah terdapat pada indikator dimana karyawan menunjukkan originalitas dalam pekerjaannya dan menciptakan ide revolusioner dalam bidangnya yaitu sebesar 66,88%. Hal tersebut karena karyawan terpaku pada standar yang ditetapkan oleh organisasi sehingga hasil pekerjaan karyawan sama dengan yang lainnya dan kurangnya pengetahuan serta kesempatan untuk menunjukkan gagasan dimiliki karyawan UMKM konfeksi di Kabupaten Jepara. Dengan adanya sesi diskusi akan memberikan peluang bagi karyawan menunjukkan kreativitasnya serta menambah wawasan atau pengetahuan dengan berbagi informasi serta pengalaman dengan yang lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya hendaknya dapat meneliti pada skala yang lebih luas dan bidang yang lebih beragam. Dengan demikian penelitian tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh kesesuaian individu-organisasi dan komitmen organisasi pada kreativitas karyawan. Selain itu penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan variabel lain selain komitmen organisasi sebagai mediator seperti variabel perilaku kerwargaan organisasional. Hal tersebut dikarenakan ketika karyawan memiliki

perilaku kewargaan organisasioal yang tinggi akan dengan sukarela berbuat lebih bagi organisasi meskipun tanpa adanya tuntutan dari organisasi maupun diakui sistem imbalan formal yang berlaku didalam organisasi sehingga akan memicu karyawan untuk berkreasi bagi organisasi. Hal tersebut juga disarankan oleh penelitian sebelumnya (Sarac et al, 2014:495).



UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR PUSTAKA

- Ackfeldt, A., & Coote, L. V. (2005). A study of organizational citizenship behaviors in a retail setting. *Journal of Business Research*, 58, 151–159.
- Ahmadi, S. A. A., Mohammadpour, B., Rajabi, M & Baghbani, F. 2014. Effect of Person-Organization Fit on Organizational Commitment. *International Journal of Information Technology and Management Studies*, 1(1) : 33-43.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Amabile, T.M. (1988), “A model of creativity and innovation in organizations”, in Staw, B.M. and Cummings, L.L. (Eds), *Research in Organizational Behavior*, Vol. 10, JAI Press, Greenwich, CT, pp. 123-167.
- Amabile, T.M. (1997), “Motivating creativity in organizations: on doing what you love and loving what you do”, *California Management Review*, Vol. 40 No. 1, pp. 39-58.
- Ambita. (2013). Pengaruh Pendidikan, Pelatihan, Dan Pembinaan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai. *Management Analysis Journal*, 2(2), 1–6.
- Astuti, S. D. (2010). Model Person-Organization Fit (P-O Fit Model) Terhadap Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional Dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 17(1), 43–60.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Bhatti, Waheed Akbar. (2013). Corporate Ethical Values , Group Creativity , Job Commitment And Performance : The Effect Of Work. *Management and Marketing*, 8(1), 79–94.
- Becker, B., & Gerhart, B. (1996). The Impact Of Human Resource Management on Organizational Performance : Progress and Prospects. *The Academy of Management Journal*, 39(4), 779–801.
- Blanco, Leonardo et al. 2015. “Person-Organization Fit : Bibliometric Study and Research Agenda.” *European Business Review* 27(6): 573–92.
- Cable, D. M., & Judge, T. a. (1995). The Role of Person-Organization Fit in Organizational Selection Decisions. *CAHRS Working Paper Series*, 0–30.
- Cable, D. M., & Judge, T. A. (1996). Person-organization fit, job choice decisions, and organizational entry. *Organizational Behavior and Human*

Decision Processes, 67(3), 294-311

- Cable, D. M., & Parsons, C. K. (2001). Socialization tactics and person-organization fit. *Personnel Psychology*, 54(1), 1–23.
- Carr, J. Z., Schmidt, A. M., Ford, J. K., & DeShon, R. P. (2003). Climate perceptions matter: A meta-analytic path analysis relating molar climate, cognitive and affective states, and individual level work outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 88(4), 605–619.
- Chandra, J. 1994. *Kreativitas : Bagaimana Menanam, Membangun dan Mengembangkannya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Chatman, J. (1991). Matching people and Organizations: Selection and Socialization in Public Accounting Firms. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 459-484
- Chatman JA (1989). Improving Interactional Organizational Research: A Model of Person-Organization Fit. *The Academy of Management Review*, 14(3):333-349.
- Chen, M. Y., Shui, Y., Vicky, W., Chen, M. Y., Wang, Y. S., & Sun, V. (2012). Intellectual capital and organizational commitment Evidence from cultural creative industries in. *Personnel Review*, 41(3), 321–339.
- Cheung, M. F. Y., & Wong, C. (2011). Transformational leadership, leader support, and employee creativity. *Leadership & Organization Development Journal*, 32(7), 656–672.
- Choi, J. N. (2004). Person–Environment Fit and Creative Behavior: Differential Impacts of Supplies–Values and Demands–Abilities Versions of Fit. *Human Relations*, 57(5), 531–552.
- Colin Silverthorne, (2004), "The impact of organizational culture and person-organization fit on organizational commitment and job satisfaction in Taiwan", *Leadership. Organization Development Journal*, Vol. 25 Iss 7 pp. 592-599 .
- Collins, J., & Porter, M. E. (1985). *Strategy and Competitive Advantage*. New York: Free Press.
- Dane, E., Baer, M., Pratt, M. G., & Oldham, G. R. (2011). Rational versus intuitive problem solving: How thinking “off the beaten path” can stimulate creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 3.
- Dimaculangan, E. D & Aguilung, H. M. 2012. The Effects of Transformational Leadership on Salespersons Turnover Intention. *International Journal of Business and Social Science*. 3 (19) : 197-210.
- Edwards, J. R. (2008). Person–Environment Fit in Organizations: An Assessment

- of Theoretical Progress. *The Academy of Management Annals*, 2(1), 167–230.
- Edwards, J. R., Caplan, R. D., & Harrison, R. Van. (1998). *Person-environment fit theory*. In *Theories of organizational stress* (pp. 28–67).
- Edwards, J.R. (1991), “Person-job fit: a conceptual integration, literature review, and methodological critique”, *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, Vol. 6, pp. 283-357.
- Faizan, A. (2014). Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Mie Sedaap. *Management Analysis Journal*, 3(2), 1–8.
- Farabee, A. M., & M. (2011). Person-Organization Fit As A Barrier To Employee Creativity.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghonyah, N., & Masurip. (2011). Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan Komitmen. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2(2), 118–129.
- Griffin, R. W. 2004. *Manajemen*, Edisi 7. Jakarta: Erlangga
- Handriani, E. (2011). Analisis Faktor Daya Saing Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2(1), 17–25.
- Haq, M. A., Jindong, Y., Hussain, N & Anjum, Z. Z. 2014. Factors Affecting Organizational Commitment Among Bank Officers in Pakistan. *Journal of Business and Management*. 16 (1) : 18-24
- Hou, Y., Gao, G., Wang, F., Li, T., & Yu, Z. (2011). Organizational Commitment and Creativity: the Influence of thinking styles. *Annals of Economics and Finance*, 12(2), 411–431.
- Hurlock, E.B. 1978. *Perkembangan Anak*. Alih Bahasa: Tjandrasa. Jakarta: Erlangga.
- Jaleh Farzaneh, Ali Dehghanpour Farashah, Mehdi Kazemi, (2014), "The impact of person-job fit and person-organization fit on OCB: The mediating and moderating effects of organizational commitment and psychological empowerment", *Personnel Review*, Vol. 43 Iss 5 pp. 672-691.
- Jin, S. (2015). The Relationship between Person-organization Fit and Employee Creativity: The Mediating Role of Creative Capital. *Business and Management Research*, 4(3), 24–31.
- Jørgensen, F., Becker, K., & Matthews, J. (2009). *Human Resource Management*

and Innovation : What are Knowledge-Intensive Firms Doing ? CINet, 451–463.

Judge A., T., & Cable M., D. (1996). Person-organization fit, job choice, and organization entry. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67(3), 204–213.

Karakurum, M. (2005). *The Effects Of Person-Organization Fit On Employee Job Satisfaction, Performance And Organizational Commitment In A Turkish Public Organization.*

Khaola, P. P & Sebotsa, T. 2015. Person-Organization Fit, Organisational Commitment and Organisational Citizenship Behaviour. *Danish Journal of Management and Business Sciences*. 1 (3) : 67-74.

Kreitner, R & Kinicki, A. 2014. *Perilaku Organisasi Organizational Behavior*, Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.

Kreitner, R. & Kinicki, A. 2005. *Perilaku Organisasi*. Penerjemah: Suandy. Jakarta: Mc Graw Hill.

Kristof-brown, A. L., Zimmerman, R. D., & Johnson, E. C. (2005). *Consequences Of Individuals Fit At Work : A Meta-Analysis Of Person-Jo.*

Kristof, A. L. (1996). Person-Organization Fit: an Integrative Review of Its Conceptualizations, Measurement, and Implications. *Personnel Psychology*, 49(1), 1–49.

Leonora, M.C. (2012), “Adaptation and creativity in cultural context”, *Psicologi’a*, Vol. 30 No. 1, pp. 3-18.

Luthans, F. (2002). *Organizational behavior* (9th ed.). NY: McGraw-Hill

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization Of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.

Meyer, J. P., Allen, N. J., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace*. Sage Publications.

Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), 20–52.

Munandar, S.C.U. 1988. *Kreativitas Sepanjang Masa*. Jakarta: CV. Muliasari.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization Of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.

- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), 20–52.
- Olsen, R.W. 1996. *Seni Berpikir Kreatif: Sebuah Pedoman Praktis*. Jakarta: Erlangga.
- P, W. G. (2012). Pengaruh Person – Organization Fit, Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Perawat. *Management Analysis Journal*, 1(1), 1–7.
- Porrashidi, R., & Biglari, M. (2015). Explaining the relationship between organizational culture , organizational commitment and employee s ' creativity among employees of Fars Province Telecommunication Company in 2015:, 1(1), 139–147.
- Purnami, Rahayu S., 2013. “Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap Perilaku Kewargaan Organisasional serta implikasinya terhadap Kinerja Pegawai Administrasi Politeknik Komputer Niaga LPKIA Bandung”. *Dalam Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*. Vol. 04, No. 01, pp: 1-15
- Porrashidi, R., & Biglari, M. (2015). Explaining the relationship between organizational culture , organizational commitment and employee s ' creativity among employees of Fars Province Telecommunication Company in 2015 Abstract : Introduction :, 1(1), 139–147.
- Putri, V. W., & Yuniawan, A. (2016). Organizational Effectiveness : Social Capital And Efektifitas Organisasi : Pendekatan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 76–90.
- Runco, M. A. (2004). Key Words divergent thinking, ideation, originality, flexibility, domains of performance, implicit theories, problem finding. *Psychology Department*, 55, 657–687.
- Robbins. S. & Judge. T. A., 2008. “*Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*”. Salemba Empat. Edisi 12.
- Saraç, M., Efil, I., & Eryilmaz, M. (2014). A study of the relationship between person-organization fit and employee creativity. *Management Research Review*, 37(5), 479–501.
- Safaria, T. 2005. *Creativity Quotient: Panduan Mencetak Anak Super-Kreatif*. Yogyakarta: Platinum Diglossia Media Baru.
- Saleem, W. A., Adnan, G & Ambreen, M. 2011. Person-Organization, Organizational Commitment and Knowledge Sharing Attitude-An Analytical Study. *Information Management and Business Review*. 3 (2) :110-116.

- Satiadarma, M.P. dan Waruwu, F.E. 2003. *Mendidik Kecerdasan*. Jakarta: Pustaka Populer Obor.
- Shalley C.E., (2004), “What leaders need to know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity”, *The Leadership Quarterly*, 15(1), 33-53.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian & Pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sutarjo. 2011. Ten Ways of Managing Person-Organization Fit (PO-Fit) Effectively: A Literature Study. *International Journal of Business and Social Science*. 2 (2) : 226-233.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of Innovative Behavior: a Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580–607.
- Shalley, C. E., & Gilson, L. L. (2004). What leaders need to know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity. *Leadership Quarterly*, 15, 33–53.
- Shalley, C. E., Zhou, J., & Oldham, G. R. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here? *Journal of Management*, 30(6), 933–958.
- Sheikhy, A., & Farzan, F. (2015). Explaining the relationship between employees' personal values, creativity, organizational commitment and customer oriented in Pasargad Bank branches. *Journal of Scientific Research and Development* 2. 2(7), 218–225.
- Sousa, C. M. P., & Coelho, F. (2011). From Personal Values to Creativity: Evidence from Frontline Service Employees. *European Journal of Marketing*, 45(7/8), 1029–1050.
- Tepeci, M. (2001). the Effect of Personal Values, Organizational Culture, and Person- Organization Fit on Individual Outcomes in the Restaurant Industry. *Organization*, (May), 134.
- Teresia, N., & Suyasa, P. T. Y. S. (2008). *Komitmen Organisasi dan Organizational Citizenship Behavior pada Karyawan Call Centre di PT . X*, 10(2), 154–169.
- Thomas, T. P. (2013). *The Effect of Personal Values, Organizational Values, and Person-Organization Fit on Ethical Behaviors and Organizational Commitment Outcomes among Substance Abuse Counselors: A Preliminary Investigation*.
- Tierney, P., Farmer, S. M., & Graen, G. B. (1999). An examination of leadership

- and employee creativity: The relevance of traits and relations. *Personnel Psychology*, 52(3), 591–620.
- Tugal, F. N., & Kilic, K. C. (2015). Person-Organization Fit : It ' s Relationships with Job Attitudes and Behaviors of Turkish Academicians. *International Review of Management and Marketing*. 5(4), 195–202.
- Valentine, S., Godkin, L., & Lucero, M. (2002). Ethical context, organizational commitment, and person-organization fit. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 349-360.
- Van Maanen, J., & Schein, E. H. (1979). Toward a theory of organizational socialization. In B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), *Research in Organizational Behavior* (vol. 1, pp. 204–264), Greenwich, CT: JAI Press.
- Van Vianen, A. E. M. (2000). Person-organization fit: The match between newcomers' and recruiters' preferences for organizational cultures. *Personnel Psychology*, 53, 113-149.
- Wang, G., & Netemeyer, R. G. (2004). Salesperson creative performance: Conceptualization, measurement, and nomological validity. *Journal of Business Research*, 57(8), 805–812. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00483-6](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00483-6)
- Wartini, S & Harjiyanti, W. 2014. *Organizational Commitment as the black box to connect the Islamic work ethics and employees behaviors toward organizational change*.
- Winardi, J. 1990. *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- West, M.A. 2000. *Mengembanglam Kreativas Dalam Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Zhou, J., & Shalley, C. E. (2003). Research On Employee Creativity: A Critical Review And Direction For Future Research. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 22, 165–217.