HUBUNGAN ANTARA *PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT (POS)*

DENGAN PERILAKU INOVATIF PADA KARYAWAN

PT SUJUD GLOBAL MEDIA YOGYAKARTA

*THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEIVED*

*ORGANIZATIONAL SUPPORT AND INNOVATIVE WORK BEHAVIOR*

*IN PT SUJUD GLOBAL MEDIA YOGYAKARTA*

**Martin Dwi Anggoro1, Reny Yuniasanti2**

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

martindwa24@gmail.com

**Abstrak**

Perilaku inovatif dianggap penting dalam suatu perusahaan sebagai sebuah tindakan atau sikap yang memfokuskan pada penemuan ide-ide baru yang membawa perubahan dan kemajuan. POS menjadi salah satu faktor yang mendukung perilaku inovatif pada karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara POS terhadap perilaku inovatif pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan positif antara POS terhadap perilaku inovatif pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan PT Sujud Global Media yang berusia 18–40 tahun dan sudah bekerja minimal 1 tahun (n=60) yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan pada pengambilan data penelitian menggunakan skala perilaku inovatif dan skala POS. Metode analisis data penelitian ini menggunakan teknik statistik analisis korelasi product moment dari pearson. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara POS terhadap perilaku inovatif pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta. Koefisien determinasi (R2) sebesar 0,209 atau sebesar 20,9% dan sisanya 79,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci**: POS, perilaku inovatif, karyawan

***Abstract***

*Innovative behavior is important in a company as an action or attitude that focuses on discovering new ideas that bring change, and progress. A perception from an organisation is one of the factors that support innovative behavior among employees. This study aims to determine the relationship between perception support from an organisation, and innovative behavior among employees at PT Sujud Global Media Yogyakarta. The hypothesis shows that there is a positive relationship between perception support from organisation, and innovative behavior among PT Sujud Global Media Yogyakarta employees. The subjects in this study were employees of PT Sujud Global Media aged 18-40 years and had worked for at least 1 year (n = 60) obtained using a purposive sampling technique and as for collecting research data it was using an innovative behavior scale, and also a scale of perceptions of organizational support. The data analysis method of this research uses the statistical technique of product-moment correlation analysis from Pearson. The results of this study indicate that there is a significant positive relationship between perceived organizational support and innovative behavior among PT Sujud Global Media Yogyakarta employees. The coefficient of determination (R2) is 0.209 or 20.9% and the remaining 79.1% is influenced by other factors.*

***Keywords****: perception of organizational support, innovative behavior, employee*

**PENDAHULUAN**

Dikutip dari data *Startupranking.com* (2020), Indonesia tercatat sebagai negara ke-5 di dunia dengan jumlah *startup* terbanyak sebesar 2.222. Namun demikian, bertahan dan bersaing bukanlah hal yang mudah bagi perusahaan *startup*. Dikutip dari catatan situs *Forbes.com* (2015), 90% *startup* yang diciptakan di dunia gagal. Studi dari Forbes tersebut menunjukkan bahwa kurangnya inovasi merupakan salah satu penyebab kegagalan perusahaan. Salah satu cara mengatasinya bisa dengan memanfaatkan kemampuan yang dimiliki karyawan untuk ikut dalam proses inovasi. Widiyanti dan Sawitri (2018) menyatakan salah satu cara untuk menghasilkan inovasi dalam perusahaan yaitu dengan cara memunculkan perilaku inovatif pada karyawan.

Aspek-aspek perilaku inovatif menurut De Jong dan Hartog (2010) antara lain: 1) Aspek *Opportunity Exploration*, yaitu berkaitan dengan upaya mengeksplorasi peluang, cara, atau alternatif yang dapat meningkatkan pelayanan atau kualitas produk serta memecahkan masalah yang muncul dalam organisasi; 2) Aspek *Idea generation*, yaitu kemampuan untuk membangun atau menciptakan cara-cara baru untuk memanfaatkan peluang yang telah ditemukan; 3) *Championing*, di mana karyawan harus memiliki keahlian untuk meyakinkan atasan bahwa inovasi atau ide baru memiliki potensi yang besar untuk memajukan perusahaan; 4) *Application*, yaitu ide-ide yang telah berhasil dan disetujui selanjutnya diimplementasikan atau dipraktekan.

Untuk membuktikan korelasi antara dengan perilaku inovatif, penulis mengadakan penelitian di PT Sujud Global Media. Sujud Group memiliki beberapa produk berupa perlengkapan ibadah umat Muslim dan merambah ke bidang kecantikan atau *skincare*. Perusahaan ini didirikan oleh Muhammad Yogi Ramadhan pada 2020. Terletak di Jl. Padma/Waras No.94, Panggung Sari, Sari Harjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, kini Sujud Group memiliki 60 karyawan. Visinya menjadi perusahaan global yang lestari melalui produk *market fit* dengan memberikan pelayanan terbaik untuk membuat pelanggan bahagia.

Peneliti melakukan wawancara pada 7–8 November 2022 dengan 6 karyawan yang sesuai kriteria penelitian yaitu karyawan yang sudah bekerja minimal 1 tahun, berusia 18-40 tahun, terdiri dari 3 laki-laki dan 3 perempuan. Karyawan yang diwawancara merupakan perwakilan setiap divisi, yaitu *marketing, content creator, front office, general affairs*, admin, dan umum. Pada pertanyaan wawancara mengenai aspek *opportunity exploration*, karyawan divisi admin yang bertanggung jawab menyelesaikan laporan dan pembukuan menunjukkan minat yang lemah dalam mencari peluang baru dan lebih memilih untuk fokus pada tugas sehari-hari. Mereka juga kurang tertarik mengejar kesempatan baru atau mengambil risiko dalam bekerja. Dalam tugasnya, mereka duduk terus saat bekerja dan berhadapan dengan laporan dan pembukuan sehingga merasa tidak ada waktu untuk mengeksplor ide-ide baru.

Pada konteks organisasi, dukungan yang diterima karyawan dari perusahaan sangat penting untuk meningkatkan perilaku inovatif. Peneliti memilih POS sebagai variabel bebas dalam penelitian ini karena POS mempunyai kontribusi yang besar pada perilaku inovatif pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Dogru (2018) yang telah meneliti hubungan antara POS dengan perilaku inovatif pada karyawan.

Berdasarkan penelitian Dogru (2018) tersebut, dapat diketahui bahwa ada hubungan yang signifikan antara POS dengan perilaku inovatif pada karyawan, yaitu makin positif POS pada karyawan makin tinggi perilaku inovatif dan sebaliknya makin negatif POS pada karyawan maka makin rendah perilaku inovatif pada karyawan.

Menurut Rhoades & Eisenberger (2002), POS memiliki 3 aspek, yaitu *fairness*, *supervisor support*, serta *organizational rewards and job condition*. Berdasarkan uraian di atas, dapat kita simpulkan bahwa POS merupakan keyakinan umum yang dimiliki karyawan mengenai sejauh mana organisasi menilai kontribusi dan peduli dengan kesejahteraan mereka sehingga menghasilkan hubungan timbal balik antara karyawan dan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku inovatif dapat dipengaruhi oleh POS. Apabila karyawan PT Sujud Global Media memiliki POS yang positif maka makin tinggi perilaku inovatifnya. Sebaliknya, jika karyawan PT Sujud Global Media memiliki POS yang negatif, perilaku inovatif karyawan akan makin rendah.

**METODE PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan permasalahan serta rumusan hipotesis penelitian, variabel dalam penelitian ini meliputi perilaku inovatif karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta sebagai variabel terikat (Y) dan *perceived organizational support* sebagai variabel bebas (X).

Perilaku inovatif akan diukur menggunakan skala perilaku inovatif yang disusun oleh peneliti, mengacu pada aspek-aspek perilaku inovatif dari De Jong dan Hartog (2010), yaitu aspek *opportunity exploration*, *idea generation*, *championing*, dan *application*. POS akan diukur menggunakan skala POS yang disusun oleh peneliti, mengacu pada aspek-aspek POS dari Rhoades dan Eisenberger (2002), yaitu aspek *fairness*, aspek *supervisor support*, serta *organizational rewards and jobs condition*.

Adapun pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sementara itu, karakteristik subjek dalam penelitian ini antara lain karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta, karyawan yang sudah bekerja minimal 1 tahun, dan karyawan yang berusia minimal 18 tahun.

Penelitian ini menggunakan skala perilaku inovatif (De Jong dan Hartog, 2010) dan skala persepsi dukungan organisasi (Rhoades dan Eisenberger, 2002). Skala perilaku inovatif memiliki 24 aitem di mana item ini terdiri dari 5 item dimensi *opportunity exploration*, 6 item dari dimensi *idea* *generation*, 6 item dari dimensi *championing*, dan 7 item dari dimensi *application*.

Pembuatan skala perilaku inovatif menggunakan model skala Likert dengan 4 pilihan jawaban, yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), STS (Sangat Tidak Sesuai). Aitem-aitem dalam skala ini dibagi menjadi dua kelompok pernyataan, yaitu pernyataan *favourable* dan *unfavourable*. Skor yang diberikan pada pernyataan *favourable* adalah 4, 3, 2, 1 dan pernyataan *unfavourable* diberikan skor 1, 2, 3, 4 (Anderson dalam Supratiknya, 2014). Penilaian pernyataan atau aitem *favourable* untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai diberi skor 4, Sesuai diberi skor 3, Tidak Sesuai diberi skor 2, Sangat Tidak Sesuai diberi skor 1. Sedangkan penilaian pernyataan atau aitem *unfavourable* untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai diberi skor 1, Sesuai diberi skor 2, Tidak Sesuai diberi skor 3, Sangat Tidak Sesuai diberi skor 4.

Skala POS memiliki 26 aitem di mana aitem terdiri dari 9 buah aitem dimensi *fairness*, 11 buah aitem dimensi *supervisor support*, serta 6 buah aitem dimensi *organizational rewards and job condition*. Skala POS juga disusun menggunakan skala Likert. Skala Likert yang disusun berisi dua item yang mendukung atribut objek ukur (*favorable item*) dan tidak mendukung atribut objek ukur (*unfavorable item*).

Analisis data yang digunakan adalah analisis hubungan atau korelasi yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel, yaitu variabel prediktor dan variabel kriteria. Analisis korelasi yang digunakan adalah analisis *product moment* dari Karl Pearson karena penelitian ini bertujuan mengungkap hubungan antara POS sebagai variabel prediktor (X) dengan perilaku inovatif sebagai variabel kriteria (Y) (Azwar, 2015). Analisis data memakai program IBM SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 26.0 untuk Windows.

Prosedur pelaksanaan penelitian melalui sejumlah tahapan, yaitu mempersiapkan alat ukur skala perilaku inovatif dan skala POS. Sebelum digunakan, alat ukur telah melalu proses *professional judgement* yang dilakukan oleh Ibu Reny Yuniasanti, M.Psi., Ph. D., Psikolog selaku dosen pembimbing peneliti. Kemudian, melalui proses *professional judgement*, peneliti melakukan revisi terkait kalimat pada aiten-aitem skala yang akan digunakan, kemudian peneliti menginput aitem-aitem skala pada platform Google Form dan langsung menyebarkan untuk uji coba (*try out*) skala.

Setelah skala penelitian tersusun, peneliti melakukan uji coba skala. Tujuannya, melihat keakuratan pernyataan-pernyataan yang telah disusun oleh peneliti. Uji coba dilakukan dengan menyebar tautan Google Form kepada subjek yang memenuhi kriteria. Uji coba ini dilakukan dengan menyebar tautan Google Form melalui Whatsapp dan Instagram kepada subjek yang memenuhi kriteria. Setelah uji coba, peneliti melakukan analisis data untuk validitas dan reliabilitas alat ukur tersebut serta melihat aitem yang gugur dan aitem yang dapat digunakan. Uji coba skala dilakukan pada 22–26 November 2022 dan terkumpul sebanyak 36 subjek.

Sebelum pelaksanaan penelitian, peneliti menganalisis data hasil uji coba skala, kemudian melakukan penyusunan aitem-aitem yang valid untuk dijadikan skala penelitian. Setelah skala penelitian tersusun, penelitian dapat dilaksanakan. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan menyebar skala secara daring melalui Google Form dan media sosial (WhatsApp) dengan menghubungi HRD dari perusahaan untuk diteruskan ke karyawan yang lain agar skala yang disebar sesuai dengan kriteria dan karyawan bisa mengisi dengan semestinya. Penelitian dilakukan pada 5 Januari sampai 3 Maret 2023 dan terkumpul sebanyak 60 subjek.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Subjek penelitian ini berjumlah 60 orang, terdiri dari 29 orang dengan umur 23–26 tahun dengan persentase (48,3%), 27 orang dengan umur 27-30 tahun dengan persentase (45%), 4 orang dengan umur 31-35 tahun dengan persentase (6,7%). Dari 60 orang tersebut, ada 23 orang karyawan yang bekerja 1 tahun dengan persentase (38,3%), 27 orang karyawan yang bekerja 2 tahun dengan persentase (45%), 10 orang karyawan yang bekerja selama 3 tahun dengan presentase (16,7%).

Data yang diperoleh dari skala penelitian POS dan perilaku inovatif digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis dengan skor hipotetik dan empirik.

**Tabel 1. Deskripsi Statistik Data Penelitian**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Data Hipotetik Data Empirik | | | | | | | | | |
| Variabel  *PI* | N  24 | Mean  60 | Min  24 | Maks  96 | SD  12 | Mean  79,98 | Min  51 | Maks  96 | SD  8,012 |
| *POS* | 26 | 65 | 26 | 104 | 13 | 113,58 | 68 | 149 | 21,710 |

**Keterangan:**

PI = Perilaku Inovatif

POS = Perceived Organizational Support

N = Jumlah aitem

Mean = Rata-rata

Min = Skor minimal atau rendah

Max = Skor maksimal atau tinggi

SD = Standar Deviasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada perilaku inovatif yang memiliki jumlah aitem 24, skor terendahnya 1 dan skor tertinggi 4. Memiliki skor minimum hipotetik yaitu 24 x 1= 24 dan skor maksimum hipotetik yaitu 24 x 4= 96. Rata-rata (mean) hipotetik (96 + 24) : 2 = 60 dengan standar deviasi (96 – 24) : 6 = 12. Sedangkan, untuk data empirik skala perilaku inovatif memiliki skor minimum 51 dan skor maksimum 96. Rata-rata (mean) empirik dari skala perilaku inovatif adalah 79,98 dengan standar deviasi 8,012.

Sementara, untuk hasil penelitian dari skala POS yang memiliki aitem sebanyak 26, skor terendah 1 dan skor tertinggi 4. Memiliki skor minimum hipotetik subjek yaitu 26 x 1 = 26 dan skor maksimum hipotetik yaitu 26 x 4 = 104. Rata-rata (mean) hipotetik (104 + 26) : 2 = 65 dengan standar deviasi (104 – 26) : 6 = 13. Sedangkan, data empirik dari skala POS organisasi memiliki skor minimum 68 dan skor maksimum 149. Rata-rata (mean) empirik dari skala POS adalah 113,58 dengan standar deviasi 21,710. Berdasarkan data deskriptif yang diperoleh, berikut ini hasil kategorisasi kedua variabel.

**Tabel 2. Tabel Kategorisasi skor Perilaku Inovatif**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Norma | Interval Skor | Kategori | Frekuensi | Presentasi |
| 1 | X ≥ (µ + 1. σ) | X ≥ 72 | Tinggi | 55 | 91,7% |
| 2 | (µ-1.σ) ≤X<(µ+1. σ) | 48 ≤ X < 72 | Sedang | 5 | 8,3% |
| 3 | X < (µ-1.σ) | X<48 | Rendah | 0 | 0% |
| Total | | | | 60 | 100% |

**Keterangan**

X : Skor Subjek

µ : Rerata Hipotetik

σ : Standar Deviasi

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa perilaku inovatif karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta memiliki kategori tinggi sebanyak 55 orang (91,7%), kategori sedang 5 orang (8,3%), dan kategori rendah (0%). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek memiliki perilaku inovatif yang tinggi.

**Tabel 3. Tabel Kategorisasi Skor Perceived Organizational Support**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Norma | Interval Skor | Kategori | Frekuensi | Presentasi |
| 1 | X ≥ (µ + 1. σ) | X ≥ 78 | Positif | 56 | 93.3% |
| 2 | (µ-1.σ) ≤X<(µ+1. σ) | 52 ≤ X < 78 | Missing | 4 | 6.7% |
| 3 | X < (µ-1.σ) | X<52 | Negatif | 0 | 0% |
| Total | | | | 60 | 100% |

**Keterangan**

X : Skor Subjek

µ : Rerata Hipotetik

σ : Standar Deviasi

Berdasarkan tabel di atas, diketahui persepsi dukungan organisasi pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta memiliki kategori positif sebanyak 56 orang (93,3%), kategori missing terdapat 4 orang (6.7%), dan kategori negatif (0%). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta memiliki perilaku inovatif yang tinggi.

Tahap selanjutnya ialah uji prasyarat yang harus dilakukan sebelum melakukan uji hipotesis. Uji prasyarat meliputi uji normalitas dan uji linieritas. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik statistik Kolmogrov-Smirnov (K-SZ). Dengan taraf signifikansi 0,05 (5%), kriteria pengujiannya adalah sebaran data yang berdistribusi normal jika nilai signifikansi >0,05. Dari uji normalitas, diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 4. Uji Normalitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel |  | Kolmogrov-Smirnov |  |
|  | Statistic | df | Sig |
| Perilaku Inovatif | .116 | 60 | .044 |
| Persepsi Dukungan Organisasi | .084 | 60 | .200 |

Berdasarkan hasil Kolmogorov-Smirnov untuk variabel perilaku inovatif, diperoleh K-SZ = 0.116 (p > 0.050) maka sebaran data variabel perilaku inovatif mengikuti distribusi normal. Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov untuk variabel POS, diperoleh K-SZ = 0.084 (p > 0.050) maka sebaran data variabel POS mengikuti distribusi normal.

Uji linearitas menguji apakah terdapat hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Hasil uji liniearitas variabel perilaku inovatif dan POS diperoleh nilai koefisien linier F = 45,833 dan p= 0,000 (p < 0,050) yang berarti hubungan antara perilaku inovatif dan POS merupakan hubungan yang linier.

Setelah uji prasyarat, hal selanjutnya adalah uji hipotesis menggunakan analisis korelasi *product moment* yang dikembangkan Karl Person (Sugiyono, 2016). Hasilnya*,* diperoleh koefisien korelasi (rxy) = 0,457 dengan nilai signifikansi (p) = 0,000. Menurut Sugiyono (2016), nilai korelasi (rxy ) = 0,457, menunjukkan tingkat hubungan kedua variabel tersebut termasuk kategori sedang karena berada di interval 0,40-0,599. Korelasi tersebut menunjukkan terdapat hubungan positif antara POS dengan perilaku inovatif. Hubungan positif menunjukkan bahwa makin positif POS, makin tinggi perilaku inovatif. Begitu pun sebaliknya, makin negatif POS, makin rendah perilaku inovatif. Dengan hal tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan koefisien determinasi (R2) yang memperoleh sumbangan efektif sebesar 0,209. Hal itu menunjukkan bahwa variabel persepsi dukungan organisasi memiliki kontribusi sebesar 20,9% terhadap perilaku inovatif dan sisasnya 79,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil kategorisasi skor subjek pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta menunjukkan bahwa 55 orang berada pada kategori tinggi (91,7%), kategori sedang 5 orang (8,3%), dan kategori rendah (0%). Jika subjek penelitian dikategorisasikan sebagai subjek yang memiliki skor perilaku inovatif yang tinggi ataupun sedang maka hal tersebut dapat diartikan adanya kecenderungan perilaku inovatif yang tinggi.

Begitu pun sebaliknya, apabila subjek memiliki skor perilaku inovatif pada kategori rendah maka subjek memiliki tingkat perilaku inovatif yang rendah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden atau subjek penelitian ini memiliki tingkat perilaku inovatif yang cenderung tinggi. Hal ini sesuai dengan karakteristik perilaku inovatif menurut De Jong & Hartog (2010), yaitu *opportunity exploration, idea generation, championing, application*.

Kategori skor subjek pada skala POS dibagi menjadi positif, missing, dan negatif. Berdasarkan hasil kategorisasi skor subjek, diketahui bahwa persepsi dukungan organisasi karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta berada pada kategori positif sebanyak 56 orang (93,3%), kategori missing sebanyak 4 orang (6,7%), dan kategori negatif (0%). Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas subjek penelitian memiliki POS berkategori positif, dengan karakteristik dukungan organisasi yang baik mampu membuat karyawan termotivasi untuk berpikir kreatif dan mengembangkan ide-ide baru, meningkatkan loyalitas dan komitmen karyawan kepada perusahaan.

POS yang positif dapat memotivasi individu untuk berkontribusi dan mengembangkan ide-ide inovatif. Ini bisa menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan keterbukaan terhadap ide-ide baru. Dukungan ini juga dapat membantu mengatasi hambatan yang mungkin muncul saat mengejar inovasi. Akibatnya, persepsi dukungan organisasi yang positif dapat meningkatkan perilaku inovatif dan membantu perusahaan mencapai tujuannya.

POS yang negatif menyebabkan hal yang dapat memengaruhi perilaku inovatif, karyawan yang memiliki persepsi dukungan yang negatif akan merasa kurang aman untuk mengambil risiko dan mencoba hal-hal baru karena takut ditolak atau dihukum. Akibatnya, persepsi negatif terhadap dukungan organisasi dapat membatasi kreativitas, inovasi dan kinerja karyawan. Dengan kata lain, jika karyawan merasa tidak diakui atau tidak dihargai, mereka tidak memiliki motivasi untuk mengeluarkan usaha ekstra atau mengembangkan ide-ide baru, dan inovasi dapat terhambat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, POS memberikan sumbangan efektif yang positif terhadap perilaku inovatif pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta. Adapun besar sumbangan efektif sebesar 20,9% dan 79,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal tersebut dapat diartikan bahwa persepsi dukungan organisasi merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku inovatif.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibuat, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien rxy= 0,457 ; p= 0,000 yang artinya p<0,050 menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara POS dengan perilaku inovatif pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa Makin positif POS maka makin tinggi pula perilaku inovatif pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta. Sebaliknya, makin negatif POS, makin rendah pula perilaku inovatif pada karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta.

Berdasarkan hasil kategorisasi data diketahui bahwa subjek penelitian, yaitu karyawan PT Sujud Global Media Yogyakarta cenderung memiliki perilaku inovatif yang tinggi dengan jumlah subjek 55 orang (91,7%) dan persepsi dukungan organisasi yang tergolong positif dengan jumlah subjek 56 orang (93,3%). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sumbangan efektivitas yang diberikan oleh POS terhadap perilaku inovatif sebesar 20,9% dan 79,1% dipengaruhi faktor lain. Adapun faktor lain yang dimaksud yaitu kompetensi kerja, budaya inovatif, dan kontrak psikologis.

**DAFTAR PUSTAKA**

Azwar, S. (2015). *Strategi Penyelesaian Konflik Antar Teman Sebaya Pada Remaja.* Seminar Psikologi & Kemanusiaan. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, 475-482.

De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). *Measuring Innovative Work Behavior. Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23-36.

Dogru, C. (2018). *The Relationship Between Perceived Support and Innovative Behavior: Analyzing The Mediating Role of Work Engagement.* Journal of Business Research-Turk, 10(2), 384–402. https://doi.org/10.20491/isarder.2018.435

Etikariena, A., & Muluk, H. (2014). *Correlatiom Between Organizational and Innovative Work Behavior.* Makara Human Behavior Studies In Asia, 18(2), 77-78.

Rhoades, L. & Eisenberger, R. (2002). *Perceived Organizational Support: A Review Of The Literature. Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698 – 714.

Rosyiana, I. (2019). *Innovative Behaviors at Work: Tinjauan Psikologi dan Implementasi di Organisasi*. Yogyakarta: Budi Utama.

Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Supratiknya. (2014). *Pengukuran Psikologis*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.