# **HUBUNGAN ANTARA MODAL SOSIAL DENGAN PERILAKU INOVATIF PADA KARYAWAN PT. SUVENIR X**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL CAPITAL WITH INNOVATIVE BEHAVIOUR AMONG WORKERS OF PT. SOUVENIR X***

**Atina Okta Fadillah**

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

oktaatina@gmail.com

# **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara modal sosial dengan perilaku inovatif pada karyawan PT. SUVENIR X Yogyakarta. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara modal sosial dengan perilaku inovatif pada karyawan PT. SUVENIR X Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah 45 karyawan PT. Suvenir X. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan skala perilaku inovatif dan skala modal sosial. Data kemudian dianalisis menggunakan analisis korelasi *product moment.* Berdasarkan hasil analisis diperoleh koefisien korelasi (rxy) = 0,767 dengan taraf signifikansi p = 0,000 (p<0,010). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima dan terbukti bahwa ada hubungan positif antara modal sosial dengan perilaku inovatif pada karyawan PT. Suvenir X. Koefisien determinasi (R2) = 0,589 maka sumbangan efektif modal sosial dalam perilaku inovatif adalah sebesar 58,9% dan sisanya 41,4% diperoleh dari faktor lain.

***Kata Kunci: Perilaku Inovatif, Modal Sosial***

# ***Abstract***

*This research aims to find out the relationship between social capital with innovative behaviour among workers of PT. Souvenir X. This research hypothesizes that there is a positive relationship between social capital with innovative behaviour among workers of PT. Souvenir X. Subjects in this study were 45 of workers of PT. Souvenir X. The data of this study were collected using the Innovative Behaviour Scale and the Social Capital Scale. The data analysis method was used product-moment correlation. Based on the analysis, the coefficient correlation (rxy) = 0,767 with the significant level = 0,000 (p<0,010), which means that there is a positive relationship between social capital with innovative behaviour among workers of PT. Souvenir X. The coefficient determination (R2) = 0.589, so social capital contributes effectively 58,9% to innovative behaviour while the remaining 41,1% is derived from other factors.*

***Key words: Innovative Behaviour, Social Capital***

**PENDAHULUAN**

PT. Suvenir X merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Produk – produk yang dijual di perusahaan ini ialah produk cinderamata khas Yogyakarta. Cinderamata yang dijual berupa kaos, topi, serta pernak – pernik yang mencirikan Kota Yogyakarta. PT. Suvenir X sendiri telah berdiri sejak 4 Januari 1994, hingga kini cukup dikenal sebagai ikon oleh – oleh khas Yogyakarta. PT. Suvenir X juga dikenal sebagai industri kreatif dimana produk yang ditawarkan beranekaragam jenis dengan konsep yang berbeda – beda pula. Sebagai industri kreatif PT. Suvenir X tentunya harus memiliki nilai jual produk dan pemasaran yang terus berkembang agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, tentunya PT. Suvenir X membutuhkan karyawan – karyawan yang mampu bersaing dan mampu meningkatkan keuntungan perusahaan.

Budiharjo (dalam Maitri & Eflina, 2016) berpendapat bahwa salah satu strategi organisasi untuk dapat bertahan dan terus berproduksi di tengah maraknya persaingan bisnis adalah dengan melalui inovasi organisasi. Sejalan dengan hal tersebut, Smith (2005) menyatakan bahwa inovasi merupakan hal penting dalam perusahaan yang berguna untuk keberlangsungan dan keunggulan bersaing yang dimiliki. Selain itu, menurut Kuncoro (2010) inovasi merupakan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui keunggulan bersaing dengan memenuhi permintaan produk-produk. Berdasarkan hal tersebut maka PT. Suvenir X sejatinya membutuhkan karyawan yang memiliki perilaku inovatif agar mampu bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis yang dinamis. Karyawan – karyawan tersebut harus memiliki kemampuan untuk melihat peluang dan mampu mengeluarkan dan mengaplikasikan ide – ide. Manurwan dan Ratna (2017) menyatakan bahwa karyawan merupakan salah satu faktor penting dalam organisasi yang berguna sebagai penggerak organisasi dalam berinovasi.

Perilaku inovatif diartikan sebagai bentuk tingkah laku individu yang dilakukan untuk melakukan inisiatif (dalam peran kerja, kelompok atau organisasi) melalui ide, proses, produk atau prosedur yang baru dan bermanfaat.yang berguna untuk mencapai tujuan organisasi (Jong dan Hartog, 2008). Menurut Jong dan Hartog (2008) terdapat 4 dimensi untuk pengukuran perilaku inovatif (*innovative behaviour)* yaitu, (1) *opportunity exploration* yang merupakan awal dari proses inovasi seringkali ditentukan oleh kesempatan menemukan sebuah peluang, masalah yang muncul atau teka-teki yang perlu dipecahkan , (2) *idea generation* merujuk pada pembuatan konsep untuk tujuan peningkatan. Ide-ide yang dihasilkan dapat berkaitan dengan produk, pelayanan atau proses baru, masuk ke pasar baru, peningkatan dalam proses kerja saat ini, atau secara umum adalah solusi terhadap masalah - masalah yang telah diidentifikasi, (3) *championing* tahap dimana karyawan berusaha meyakinkan nilai tambah dari inovasi yang telah diusulkan, (4) *application* adalah tahap dimana ide yang telah didukung tersebut perlu diimplementasikan dan dipraktekkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Yuniasanti, dan Prahara (2017) menunjukkan bahwa perilaku inovatif pada karyawan masih tergolong rendah. Penelitian tersebut dilakukan terhadap 35 karyawan PT. A bagian penjualan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 30 orang (85,714%) terbukti memiliki perilaku inovatif tingkat rendah dan 5 orang sisanya (14,286%) memiliki perilaku inovatif dalam tingkat sedang. Hal ini menunjukkan masih rendahnya tingkat perilaku inovatif pada karyawan. Rendahnya perilaku inovatif pada karyawan turut dibuktikan pula oleh penelitian yang dilakukan Sari dan Ulfa (2013) hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku inovatif karyawan dalam perusahaan masih tergolong rendah.

Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya di PT. Suvenir X pun tidak semua karyawannya memiliki perilaku inovatif. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada 8 karyawan, pada tanggal 18 dan 23 oktober 2019 di PT. Suvenir X pada pukul 15.00 -16.00 wib menunjukkan 4 dari 8 karyawan yang diwawancarai belum memiliki perilaku inovatif. Hal ini dibuktikan dengan tidak adanya kemampuan karyawan dalam menemukan peluang untuk berinovasi dalam produk maupun proses pekerjaannya. Wawancara yang dilakukan pada karyawan produksi menunjukkan bahwa segala proses produksi telah diatur oleh perusahaan, dan tidak adanya inisiatif dari karyawan untuk melakukan inovasi baru dalam praktik kerjanya. Salah satu contoh kurangnya perilaku inovatif pada karyawan produksi di PT ini adalah ketidakmampuan karyawan dalam mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

Dalam divisi produksi, perusahaan telah menetapkan target jahitan kaos sebanyak 130 lembar. Namun, terkadang karyawan tidak mampu memenuhi target tersebut, yaitu hanya sekitar 100 lembar saja. Hal ini menunjukkan karyawan belum mampu melihat peluang untuk berinovasi dalam melaksanakan pekerjaan agar pekerjaan dapat dilakukan secara lebih efektif dan dapat memenuhi target yang telah ditetapkan perusahaan. Contoh lainnya adalah kemampuan karyawan dalam memperjuangkan ide – ide yang dimilikinya masih belum ada, hal ini terlihat dari pernyataan karyawan bagian *design* yang menyatakan bahwa kadang ide yang telah ia sampaikan tidak diterima oleh rekan kerja ataupun atasannya, namun karyawan tersebut hanya menerima tolakan tersebut tanpa adanya usaha yang berarti untuk memperjuangkan ide yang telah dimilikinya. Sehingga kebanyakan dari karyawan hanya mengikuti permintaan perusahaan, tanpa mengeksplor lagi potensi yang dimiliki dirinya sendiri dalam berinovasi.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa masih terdapat karyawan di PT. Suvenir X yang belum memiliki perilaku inovatif. Hal ini dibuktikan dengan aspek – aspek dari perilaku inovatif yang tidak dimiliki oleh karyawan PT. Suvenir X seperti pada aspek *opportunity exploration* karyawan belum mampu menemukan peluang atau kesempatan dalam melakukan inovasi pada pekerjaannya, selanjutnya pada aspek *idea generation* sebenarnya karyawan sudah memiliki ide – ide baru terkait proses kerja namun masih belum mampu memperjuangkan ide yang dimilikinya. Ketidak mampuan memperjuangkan ide yang dimiliki termasuk kedalam aspek *championing,* sehingga pada akhirnya karyawan tidak mampu mengaplikasikan ide yang telah dibuat yang merujuk pada aspek *application*. Padahal setiap perusahaan dituntut agar dapat terus berinovasi demi bertahan didalam persaingan yang semakin ketat dan agar dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Menurut Ancok (2012), terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku inovatif, yaitu modal manusia, modal kepemimpinan, dan modal struktur organisasi. Pertama, modal manusia yang berfungsi sebagai penggerak keunggulan perusahaan. Modal manusia meliputi ; (1) modal kreatifitas, (2) modal intelektual, (3) modal emosional, (4) modal sosial, (5) modal ketabahan, (6) modal moral dan integritas, (7) modal kesehatan. Kedua, modal kepemimpinan yaitu sikap pemimpin dalam meningkatkan perilaku inovatif karyawan melalui dorongan langsung atau menetapkan tujuan inovasi bagi karyawan. Ketiga, modal struktur organisasi yaitu organisasi yang berfungsi sebagai wahana yang menumbuhkan inovasi. Rancangan struktur perusahaan dan proses bisnis suatu perusahaan akan menentukan tinggi rendahnya inovasi dalam perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif adalah modal sosial, dimana modal sosial merupakan salah satu komponen dari modal manusia.Dalam penelitian ini modal sosial dipilih sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif karyawan. Fukuyama (dalam Ancok, 2012) mendefinisikan modal sosial sebagai kumpulan nilai-nilai atau norma-norma informal secara spontan yang terbagi di antara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka. Menurut Paxton (1999), modal sosial memiliki 2 komponen yaitu (1) *trust, trust* atau kepercayaan adalah harapan dan keyakinan yang dimiliki individu terhadap satu sama lain yang mengatur pemahaman mendasar dalam kehidupan dan (2) *association*, yaitu kumpulan individu (kelompok) yang terbentuk atas dasar hubungan ikatan yang dimiliki atau keanggotaan.

Menurut Dewi, Yuniasanti, dan Prahara (2017), sesama rekan kerja dapat saling memberikan dukungan ataupun sumbangan ide-ide inovatif kepada rekan kerja setim untuk didiskusikan agar dapat dijadikan program yang dapat dijalankan. Modal sosial yang ditunjukkan dengan adanya interaksi sosial memungkinkan orang untuk mempelajari cara berbagi informasi penting satu sama lain, menciptakan pemahaman bersama terkait tugas atau tujuan, serta memperoleh sumber daya lain yaitu sebuah ide, dan pada akhirnya menghasilkan inovasi (Chen dalam Faccin, Genari, & Macke, 2016). Menurut Crescenzi (2013) meningkatnya inovasi organisasi dipengaruhi oleh modal sosial yang muncul dalam bentuk perilaku kerja inovatif setiap anggota organisasi. Lebedeva, Osipova, dan Cherkasova (2013) menyatakan bahwa modal sosial, baik secara langsung maupun melalui nilai-nilai keterbukaan terhadap perubahan, mempengaruhi secara positif sikap terhadap inovasi. Lebih lanjut Yuzdanifar (2018) menyatakan bahwa modal sosial membuat orang bersatu, membuat mereka bekerja bersama dengan sukses dan membangun hubungan kerja berbasis kerja sama dan fasilitasi kerja praktik. Karena itu, peningkatan modal sosial dapat meningkatkan inovasi organisasi dan memberdayakan karyawan.

Sejalan dengan hal tersebut Lebedeva, Osipova, & Cherkasova (2013) berpendapat bahwa inovasi adalah proses dimana ide-ide baru, teknologi, dan penawaran menyebar melalui interaksi komunikasi di antara anggota sistem sosial dalam periode waktu tertentu. Sistem sosial dipahami sebagai sekelompok unit independen yang saling terlibat dalam proses bersama, dalam hal ini merupakan sekelompok karyawan yang bekerja di suatu perusahaan. Ide - ide baru yang di miliki karyawan didukung oleh interaksi sosial, dengan kata lain karyawan – karyawan yang memiliki ide baru sebenarnya didukung oleh modal sosial (Faccin, Genari, & Macke, 2016). Selain itu, menurut (Xerri & Brunetto, 2011) berbagi informasi adalah salah satu bentuk dari modal sosial, dengan adanya saling berbagi informasi antar karyawan merupakan sumber penting dalam memfasilitasi karyawan dalam meningkatkan perilaku inovatif. Hal ini didukung oleh pendapat Field (2010) yang menyatakan bahwa modal sosial dapat memberikan sumbangsih secara positif pada kinerja organisasi khususnya inovasi.

Karyawan yang memiliki perilaku kerja inovatif memiliki hubungan yang erat dengan modal sosial mereka (Kheng, 2016). Menurut Nonaka dan Takeuchi (dalam Kheng, 2016) proses pertukaran pengetahuan di antara karyawan akan terjadi ketika karyawan mampu memantau, menerapkan, dan meniru karyawan lain selama interaksi yang terjadi dalam proses sosialisasi. Keberhasilan dalam bertukar pengetahuan melalui proses sosialisasi akan membantu individu dalam kelompok jaringan sehingga dapat mengembangkan ide-ide inovatif yang dapat digunakan saat diperlukan.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas peneliti menyimpulkan bahwa untuk dapat memunculkan perilaku inovatif pada karyawan salah satunya dipengaruhi oleh modal sosial. Berdasarkan uraian di atas hipotesis penelitiannya adalah ada hubungan positif antara modal sosial dengan perilaku inovatif pada karyawan di PT. Suvenir X.

**METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan di PT. Suvenir X sejumlah 45 karyawan. Adapun karakteristik subjek dalam penelitian ini adalah karyawan yang memiliki masa kerja minimal 1 tahun dan karyawan yang bekerja di dalam tim (bukan individu). Menurut Rousseau (dalam Lub, Blome & Bal, 2011) karyawan yang bekerja lebih lama akan membentuk hubungan yang lebih stabil dengan rekan kerjanya karena sudah cukup lama berinteraksi.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengukuran skala. Terdapat dua jenis skala yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini yaitu Skala Perilaku Inovatif dan Skala Modal sosial. Kedua skala yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan 4 alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala periaku inovatif terdiri dari 29 aitem dengan 14 butir pernyataan *favourable* dan 15 butir pernyataan *unfavourable.* Skala Perilaku Inovatif disusun berdasarkan 4 dimensi menurut Jong (2008) yaitu *opportunity exploration, idea generation, championing,* dan *application.* Koefisien realibilitas alpha sebesar 0,920. Skala modal sosial terdiri dari 9 butir pernyataan *favourable* dan 14 butir pernyataan *unfavourable.* Skala ini disusun berdasarkan 2 komponen menurut Paxton (1999) yaitu *trust* dan *associaton.* Koefisien alpha sebesar 0,905.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

 Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara modal sosial dengan perilaku inovatif karyawan dengan koefisien korelasi (rxy) sebesar 0,767 dan p = 0,000 (p < 0,050), dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif modal sosial maka semakin tinggi perilaku inovatif karyawan di PT. Suvenir X. Sebaliknya, semakin negatif modal sosial maka semakin rendah perilaku inovatif karyawan di PT. Suvenir X. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa modal sosial dapat dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan tingkat perilaku inovatif. karyawan. Adapun koefisien determinasi (R²) = 0,589 menunjukan bahwa variabel modal sosial memberikan sumbangan efektif sebesar 58,9% terhadap perilaku inovatif karyawan, sedangkan sisa 41,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti peneliti.

 Adanya hubungan antara modal sosial dengan perilaku inovatif karyawan turut didukung oleh pendapat Field (2010) yang menyatakan bahwa modal sosial dapat memberikan sumbangsih secara positif pada kinerja organisasi khususnya inovasi. Selain itu penelitian yang dilakukan Kheng (2016) pada karyawan KIBS Malaysia juga menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara modal sosial dengan perilaku inovatif. Hasil penelitian Creszensi (2013) turut membuktikan bahwa modal sosial mempunyai pengaruh yang positif pada inovasi.

Fukuyama (dalam Ancok, 2012) mendefinisikan modal sosial sebagai kumpulan nilai-nilai atau norma-norma informal secara spontan yang terbagi di antara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka. Modal sosial adalah kemampuan masyarakat untuk bekerjasama demi mencapai tujuan bersama di dalam kelompok dan organisasi (Coleman, 1988). Sedangkan menurut Bowles dan Gintis (dalam Ancok, 2012) modal sosial adalah kondisi kehidupan antarmanusia yang didasari oleh saling percaya, saling peduli, dan adanya kemauan untuk hidup sesuai dengan aturan dan norma kelompok.

Menurut Paxton (1999) modal sosial memiliki dua komponen yaitu *trust* dan *association. Trust* atau kepercayaan adalah harapan dan keyakinan yang dimiliki individu terhadap satu sama lain yang mengatur pemahaman mendasar dalam kehidupan. Untuk dapat menempatkan kepercayaan melibatkan keputusan sadar dan tidak sadar atas penilaian terhadap individu. Sedangkan *association* adalah kumpulan individu (kelompok) yang terbentuk atas dasar hubungan ikatan yang dimiliki atau keanggotaan.

Adanya kepercayaan yang terbentuk sesama rekan kerja dapat membantu munculnya perilaku inovatif karyawan. Perilaku inovatif terbukti dipengaruhi oleh komponen modal sosial yang berupa kepercayaan dan ikatan individu (Xerri & Brunetto, 2011). Dengan adanya kepercayaan dan hubungan sosial yang terdapat dalam modal sosial seseorang, akan berperan penting dalam meningkatkan inovasi. Seseorang yang memiliki modal sosial akan membentuk perilaku pro sosial yang mempengaruhi kepercayaan diri sehingga dapat mempengaruhi inovasi seseorang. Inovasi seseorang tersebut akan membuat orang tersebut meningkatkan perilaku kerja inovatif di dalam organisasi. (Crescenzi, 2013).

Kepercayaan yang positif pada rekan kerja sejalan dengan kemampuan subjek dalam mencari dukungan dan meyakinkan ide yang dimiliki dengan rekan kerja. Pernyataan ini dibuktikan dari respon subjek yang menyatakan bahwa subjek percaya pada keputusan rekan kerja subjek. Hal ini sejalan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek mengajukan rencana ide inovatif pada rekan kerja subjek. Selain itu, dengan adanya persepsi kepercayaan yang positif pada organisasi turut berkorelasi dengan kemampuan subjek dalam menemukan dan membuat ide baru. Pernyataan ini dibuktikan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek yakin organisasi tempat subjek bekerja merupakan tempat bekerja terbaik. Hal ini sejalan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek mampu memodifikasi pekerjaan subjek menjadi lebih efektif.

Asosiasi adalah kumpulan individu (kelompok) yang terbentuk atas dasar hubungan ikatan yang dimiliki atau keanggotaan. Individu yang memiliki hubungan dengan individu lain menunjukkan bahwa individu tersebut memiliki jaringan sosial (Paxton, 1999). Jaringan sosial berfungsi sebagai sumber informasi penting yang bisa menjadi sesuatu yang kritis dalam mengidentifikasi dan menggali peluang bisnis dalam melakukan inovasi (Hendry dalam Field, 2010). Karyawan yang memiliki hubungan baik dengan rekan kerja lebih mungkin memudahkan mereka mengimplementasikan ide baru mereka juga meningkatkan *idea generation* di dalam sebuah grup rekan kerja mereka. Dan hal ini memudahkan perilaku inovatif karyawam untuk berkembang (Nijenhuis, 2015).

Adanya *association* yang positif dalam kelompok kerja sejalan dengan kemampuan subjek dalam berdiskusi dan bekerjasama terkait ide baru yang subjek miliki. Pernyataan ini dibuktikan dengan respon subjek yang mempersepsikan bahwa subjek melakukan pekerjaan bersama – sama dengan rekan kerja satu tim. Hal ini sejalan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek berdiskusi dengan rekan keja terkait ide baru yang subjek miliki. Selain itu, dengan adanya persepsi yang positif pada asosiasi turut sejalan dengan kemampuan subjek mencari dukungan terkait ide yang dimiliki. Pernyataan ini dibuktikan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek merasa beruntung memiliki relasi kerja yang banyak. Hal ini sejalan dengan respon subjek yang menyatakan bahwa subjek dapat membuat rekan kerja subjek tertarik dengan ide yang disampaikan oleh subjek.

Berdasarkan pembahasan teroritik dan hasil empirik, disimpulkan bahwa modal sosial memiliki korelasi dengan perilaku inovatif karyawan. Persepsi yang positif terhadap modal sosial dapat membantu meningkatkan perilaku inovatif yang dimiliki karyawan. Dalam hal ini, adanya kepercayaan dan ikatan hubungan yang positif antar rekan kerja, mampu memunculan dan meningkatkan perilaku inovatif pada karyawan.

**KESIMPULAN**

 Perilaku inovatif diartikan sebagai bentuk tingkah laku individu yang dilakukan untuk melakukan inisiatif (dalam peran kerja, kelompok atau organisasi) melalui ide, proses, produk atau prosedur yang baru dan bermanfaat.yang berguna untuk mencapai tujuan perusahaan (Jong & Hartog, 2008). Menurut Jong (2008) terdapat 4 dimensi dari perilaku inovatif yaitu, *oppurtinity, idea generation, championing,* dan *application.* Ancok (2012) menyatakan bahwa terdapat 3 faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif, yaitu modal manusia, modal kepemimpinan, dan modal struktur organisasi. Modal manusia meliputi ; (1) modal kreatifitas, (2) modal intelektual, (3) modal emosional, (4) modal sosial, (5) modal ketabahan, (6) modal moral dan integritas, (7) modal kesehatan. Kedua, modal kepemimpinan yaitu sikap pemimpin dalam meningkatkan perilaku inovatif karyawan melalui dorongan langsung atau menetapkan tujuan inovasi bagi karyawan. Ketiga, modal struktur organisasi yaitu organisasi yang berfungsi sebagai wahana yang menumbuhkan inovasi. Dalam penelitian ini modal sosial dipilih sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif karyawan, dimana modal sosial merupakan salah satu komponen dari modal manusia.

Fukuyama (dalam Ancok, 2012) mendefinisikan modal sosial sebagai kumpulan nilai-nilai atau norma-norma informal secara spontan yang terbagi di antara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka. Modal sosial adalah kemampuan masyarakat untuk bekerjasama demi mencapai tujuan bersama di dalam kelompok dan organisasi (Coleman, 1988). Penelitian yang dilakukan oleh Field (2010) menunjukkan bahwa modal sosial memberikan sumbangsih secara positif pada kinerja organisasi khususnya inovasi. Selain itu penelitian yang dilakukan Kheng (2016) pada karyawan KIBS Malaysia juga menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara modal sosial dengan perilaku inovatif.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara modal sosial dengan perilaku inovatif pada karyawan PT X Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi (rxy) sebesar 0,767 dan p = 0,000 (p < 0,050). Korelasi ini membuktikan bahwa modal sosial merupakan salah satu variabel yang memiliki pengaruh dalam meningkatkan perilaku inovatif karyawan PT. Suvenir X. Karyawan PT. Suvenir X yang memiliki modal sosial tinggi maka karyawan tersebut cenderung memiliki perilaku inovatif yang tinggi. Karyawan yang memiliki perilaku inovatif yang tinggi akan dapat membantu organisasi dalam meningkatkan kemajuan organisasi. Sebaliknya, karyawan yang memiliki modal sosial yang rendah cenderung akan memiliki tingkat perilaku inovatif yang rendah.

Karyawan yang memiliki kepercayaan dan ikatan hubungan yang erat dengan sesama rekan kerja maupun organisasi, akan memungkinkan karyawan untuk mampu melihat peluang, membuat ide baru dan memecahkan masalah, mampu mencari dukungan, serta mengaplikasikan ide – ide yang dimiliki. Hal ini tentu saja akan berperan penting dalam pengembangan dan kemajuan organisasi. Adapun sumbangan efektif modal sosial dengan perilaku inovatif karyawan PT. Suvenir X adalah sebesar 58,9%. Sementara sisanya sebesar 41,1% yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ancok, D. (2012). *Psikologi kepemimpinan dan inovasi*. Jakarta : Erlangga

Coleman, J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology,* 94, 95 – 120. Diakses dari <http://www.jstor.org/stable/2780243>

Crescenzi, R., Gagliardi, L., & Percoco, M. (2013). Social Capital and the Innovative Performance of Italian provinces. *Department of Geography an Environment & SERC London School of Economics*, 45(4), 908–929. <https://doi.org/10.1068/a45221>

Dewi, Lina F.A.A., Yuniasanti, Reny., Prahara, Sowanya Ardi. (2017). Hubungan persepsi terhadap lingkungan kerja dengan perilaku inovatif karyawan bagian penjualan. *Jurnal Insight, 19* (1), 13 – 25.

Faccin, Kadigia., Genari, Denise., Macke Janaina. (2016). Interorganisational social capital and innovation : a multiple case study in wine producers network in Serra Gaucha. *IMR Innovation & Management Review*. Diakses pada : DOI:10.1016/j.rai.2016.12.002

Field, Jhon. (2010). *Modal Sosial*. Kreasi Wacana : Yogyakarta

Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2006). *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Jong, De & Hartog, Den (2008). *Innovative work behavior : Measurement and validation.* Amsterdam : EIM Bussiness

Kheng, Khar Yeoh & June, Sethela. (2016). Fostering the Innovative Work Behavior of Knowledge Workers in Malaysia’s Knowledge Intensive Business Services: A Social Capital Perspective. *International Journal of Management Sciences. 7* (3), 162 – 169

Kuncoro, Mudrajad. (2010). *Dasar – dasar ekonomika pembangunan*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN

Lebedeva, Nadezhda., Osipova, Ekaterina., Cherkasova, Lubov. (2013). Values and social capital as predictors of attitude towards innovation. *Search Working Paper.* Diakses dari : DOI:10.2139/ssrn.2084747

Lub, X. D., Blome, R. J., & Bal, P. M. (2011). Psychology contract and organizational citizenship behaviour: A new deal for new generations?. *Advances in hospitality and leisure. 7* (1), 109 – 130

Maitri, Lalita dan Eflina, Debora. (2018). Hubungan antara fleksibilitas sumber daya, modal psikologis dan perilaku kerja inovatif. *Jurnal Psikologi*. 14 (1), 86 – 94.

Manurwan, El Muhammad & Ratna, Dian. (2017). Hubungan antara iklim organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan PT. PLN PERSERO Distribusi Jawa Barat Apj Bogor. *Jurnal Empati. 7* (3), 351 – 356.

Muhammad, Abdulkadir. 2010. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Nijenhuis, Koen. (2015). Impact factors for innovative work behavior in the public sector: The case of the dutch fire department. *Master Thesis of University of Twente*. Enschede.

Paxton, Pamela. (1999). Is social capital declining in the united states? A multiple indicator assessment. *American Journal of Sociology*. 105 (1), 88 – 127.

Sari, A. N & Ulfa, C. K. (2013). Perilaku inovasi karyawan ditinjau dari empat kuadran iklim organisasi. *Jurnal Predicara*. 2 (1), 1- 7.

Smith, D. Ronald. (2005). *Straegic planning for public relations. (Second Edition).* London : Lawrence Erlbaum Associates Publisher

Xerri, M.J & Brunetto, Y. (2011). Fostering the innovative behavior of SME employees: a social capital perspective. *Research & Practice in Human Resource Management*. 19 (2), 43 – 59.

Yazdanifar, Mohsen. (2018). Effect of Social Capital on Innovation: A Mediating Role of Employee Motivation. *Engineering, Technology, & Applied Science Research. 8* (4), 3098 – 3102