

**PENGARUH *INTRINSIC MOTIVATION* TERHADAP
INNOVATIVE WORK BEHAVIOR DENGAN *CREATIVE SELF-
EFFICACY* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA UMKM
KOTA CIREBON**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen*



Oleh:

Ani Nur Afifah

NIM. 200111040

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH CIREBON
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH INTRINSIC MOTIVATION TERHADAP INNOVATIVE WORK BEHAVIOR DENGAN CREATIVE SELF-EFFICACY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi kasus Pada Pelaku Usaha UMKM di Kota Cirebon)

ANI NUR AFIFAH
NIM. 200111040

Telah dipertahankan dihadapan Tim Pengaji
Pada Tanggal: 22 Agustus 2024

1. **Dr. Asep Gunawan, M. Si.**
NIDN. 0008086601
Pembimbing I (.....)
2. **Dadang Privono, S.E., MPA.**
NIDN. 8884000016
Pembimbing II (.....)
3. **Tedi Kustandi, S.Sos., M.M**
NIDN. 1121097901
Pengaji I (.....)
4. **Khalifah Nurjanah, S.E., M.B.A**
NIDN. 0427059701
Pengaji II (.....)

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Cirebon

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Asep Gunawan, M. Si.
NIDN. 0008086601

Puspa Dewi Yulianty, S. Pd.,MM.
NIDN. 0408079101

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH INTRINSIC MOTIVATION TERHADAP INNOVATIVE WORK BEHAVIOR DENGAN CREATIVE SELF-EFFICACY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Kasus Pada Pelaku Usaha UMKM di Kota Cirebon)

ANI NUR AFIFAH
NIM. 200111040

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Asep Gunawan, M. Si.
NIDN. 0008086601

Dadang Privono, S.E., MPA.
NIDN. 8884000016

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Asep Gunawan, M. Si.
NIDN. 0008086601

Puspa Dewi Yulianty, S. Pd.,MM.
NIDN. 0408079101

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ani Nur Afifah

NIM : 200111040

Fakultas/Prodi: Ekonomi, Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior* dengan *Creative self-efficacy* sebagai Variabel Mediasi Pada UMKM Kota Cirebon

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya asli saya sendiri dan bukan merupakan plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya hasil skripsi saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Hormat Saya

Ani Nur Afifah

ABSTRAK

UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia, perkembangan UMKM akan membawa dampak yang positif bagi Masyarakat karena penyediaan lapangan pekerjaan akan semakin banyak, namun Pelaku usaha UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam menjalankan usahanya, tidak sedikit UMKM yang bangkrut dikarenakan minimnya inovasi dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Peran Pelaku Usaha UMKM sangat penting sebagai SDM utama yang perannya mengharuskan untuk terus kreatif dan inovatif, menemukan hal-hal baru yang memiliki daya saing untuk tetap berkembang dan maju dengan tujuan membedakan dengan pesaing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *intrinsic motivation* terhadap *innovative work behavior* dengan *creative self-efficacy* sebagai variabel mediasi pada UMKM di Kota Cirebon. *Intrinsic motivation*, yang merupakan dorongan internal individu untuk terlibat dalam aktivitas yang memuaskan secara pribadi, dianggap sebagai faktor penting dalam mendorong inovasi. *Innovative work behavior* mencakup kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan implementasinya, yang sangat penting bagi keberhasilan UMKM.

Dalam studi ini, *creative self-efficacy* diidentifikasi sebagai variabel mediasi yang mempengaruhi hubungan antara *intrinsic motivation* dan *innovative work behavior*, *creative self-efficacy* mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menghasilkan ide-ide kreatif dan solusi kreatif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan responden dari UMKM di

Kota Cirebon, data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik *path analysis* untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Hasil penelitian menunjukan bahwa *intrinsic motivation* secara signifikan mempengaruhi *innovative work behavior* dan *creative self-efficacy* dapat memediasi secara signifikan dalam hubungan tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *innovative work behavior* di sektor UMKM dan menyarankan implikasi praktis bagi pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia dalam konteks UMKM.

Kata kunci: *Intrinsic Motivation, Innovative Work Behavior, Creative self-efficacy, UMKM*

ABSTRACT

MSMEs have a very important role in the Indonesian economy, the development of MSMEs will have a positive impact on the community because the provision of jobs will increase, but MSME business actors often face challenges in running their business, not a few MSMEs have gone bankrupt due to the lack of innovation in running and developing their businesses. The role of MSME business actors is very important as the main human resources whose role requires them to continue to be creative and innovative, finding new things that have competitiveness to continue to develop and advance with the aim of differentiating from competitors.

This study aims to examine the effect of intrinsic motivation on innovative work behavior with creative self-efficacy as a mediating variable in MSMEs in Cirebon City. Intrinsic motivation, which is an individual's internal drive to engage in personally satisfying activities, is considered an important factor in driving innovation. Innovative work behavior includes the ability to generate new ideas and their implementation, which is very important for the success of MSMEs.

In this study, creative self-efficacy is identified as a mediating variable that affects the relationship between intrinsic motivation and innovative work behavior, creative self-efficacy refers to an individual's belief in his or her ability to generate creative ideas and creative solutions. This study uses quantitative methods by involving respondents from MSMEs in Cirebon City, data were

collected through questionnaires and analyzed using path analysis techniques to test the proposed hypotheses.

The results showed that intrinsic motivation significantly affects innovative work behavior and creative self-efficacy can mediate significantly in the relation between intrinsic motivation and innovative work behavior. This research contributes to the understanding of the factors that influence innovative work behavior in the MSME sector and suggests practical implications for human resource management and development in the context of MSMEs.

Keyword: *Intrinsic Motivation, Innovative Work Behavior, Creative Self-Efficacy, MSMEs.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior* dengan *Creative self-efficacy* sebagai variabel mediasi di Mall UKM kota Cirebon”** tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Cirebon.

Dalam proses pembuatan skripsi ini penulis menyadari banyak sekali hambatan dan kendala yang dihadapi namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak maka peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga proposal penelitian ini dapat selesai. Ucapan terimakasih ini penulis tujuhan kepada:

1. Arif Nurudin M.T selaku rektor Universitas Muhammadiyah Cirebon.
2. Dr. Asep Gunawan, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Cirebon.

3. Ali Jufri, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Cirebon.
4. Puspa Dewi Yulianty, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen
5. Dr. Asep Gunawan., M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya untuk mendidik dan memberikan bimbingan serta arahan, dan motivasi kepada penulis selama masa pengerjaan skripsi.
6. Dadang Priyono, S.E., MPA. selaku dosen pembimbing 2 yang telah mendidik dan memberikan bimbingan serta arahan, dan motivasi kepada penulis selama masa pengerjaan skripsi.
7. Pimpinan Mall UKM/DKUKMPP, yaitu Bapak ling Daiman dan seluruh staff divisi kementrian UKM atas kesempatan dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam melakukan penelitian untuk memperoleh informasi yang diperlukan selama penulisan skripsi ini.
8. Para pelaku usaha UMKM, atas bantuan karena telah berkenan berkontribusi dalam melakukan penelitian dan memperoleh informasi yang diperlukan selama penulisan skripsi ini,
9. Yuyun Wahyuni, ibu saya yang paling saya sayangi dan hormati yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat selama penyusunan skripsi ini.
10. Teman seperjuangan yang telah berjuang bersama-sama penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu, dillah, laura, deya dan Iis.

11. Untuk seseorang yang tidak bisa saya sebutkan namanya, terimakasih telah membersamai penulis dan memberikan dukungan yang sangat berarti bagi penulis.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Cirebon, 8 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 identifikasi Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II	14
LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	14
2.2 Uraian Teori.....	17
2.3 Kerangka Berpikir	34
2.4 Hipotesis.....	39

BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian.....	40
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV	54
PEMBAHASAN	54
4.1 Karakteristik Responden	54
4.2 Hasil Penelitian.....	63
4.3 Pembahasan	76
BAB V.....	85
PENUTUP	85
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data UMKM Provinsi Jawa Barat tahun 2022.....	17
Tabel 1. 2 <i>Global Inovation Index</i> Indonesia	3
Tabel 1. 3 Data Jumlah UMKM di DKUKMPP	4
Tabel 1. 4 Data Mall UKM Kota Cirebon	5
Tabel 1. 5 Data Indeks Inovasi Daerah (Kota) tahun 2023	6
Tabel 1. 6 Hasil Pra Survey <i>Inovative Work Behavior</i>	7
Tabel 1. 7 Hasil Pra Survey <i>Intrinsic Motivation</i>	9
Tabel 1. 8 Hasil Pra Survey <i>Creative Self Efficacy</i>	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3. 2 Waktu Pelaksanaan	43
Tabel 3. 3 Skala Model <i>Likert</i>	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	58
Tabel 4. 6 Kategori Nilai	59
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif <i>Intrinsic Motivation</i>	59
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Innovative Work Behavior</i>	61
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>Creative self-efficacy</i>	62
Tabel 4. 10 <i>Discarded Statement Items</i>	65

Tabel 4. 11 Hasil <i>Loading Factor</i>	66
Tabel 4. 12 Hasil Nilai AVE	66
Tabel 4. 13 Nilai HTMT	67
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 15 Hasil <i>R-Square</i>	69
Tabel 4. 16 <i>Uji Goodness Of Fit</i>	70
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>F-Square</i>	70
Tabel 4. 18 Nilai <i>Path Coefficient</i> Hipotesis	71
Tabel 4. 19 Nilai <i>Specific Indirect Effects</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Badan Pusat Statistik	17
Gambar 1. 2 Jumlah UMKM di Indonesia tahun 2022.....	18
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i>	64
Gambar 4. 2 <i>Outer Model</i> Kedua.....	65
Gambar 4. 3 Langkah Uji Mediasi menggunakan <i>SmartPLS</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penerimaan Izin Penelitian.....	100
Lampiran 2 Kuesioner <i>Intrinsic Motivation</i>	101
Lampiran 3 Kuesioner <i>Innovative Work Behavior</i>	102
Lampiran 4 Kuesioner <i>Creative Self-Efficacy</i>	104
Lampiran 5 <i>Loading Factor</i>	105
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas, AVE	106
Lampiran 7 Hasil Uji HTMT	106
Lampiran 8 Hasil Uji <i>R-Square</i>	107
Lampiran 9 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit</i>	107
Lampiran 10 Hasil Uji <i>Effect Size</i>	108
Lampiran 11 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	108
Lampiran 12 Hasil Uji <i>Spesific Indirect Effect</i>	109
Lampiran 13 Tabulasi Data <i>Intrinsic Motivation</i> (X).....	109
Lampiran 14 Tabulasi Data <i>Innovative Work Behavior</i> (Y).....	112
Lampiran 15 Tabulasi Data <i>Creative Self Efficacy</i> (M)	114

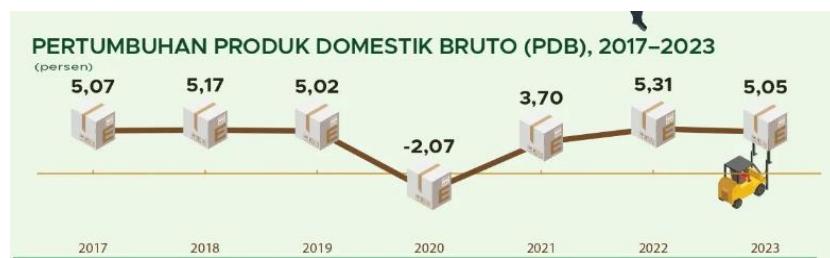
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia melambat menjadi 5,05 persen di tahun 2023, sedikit lebih rendah dari tahun sebelumnya yang mencapai 5,31 persen. Menurut (Badan Pusat Statistik, 2024)

Gambar 1. 1 Data Badan Pusat Statistik



Sumber: *Badan Pusat Statistik*

Pertumbuhan UMKM saat ini sedang berkembang dalam tren yang baik, dengan jumlah yang terus meningkat setiap tahunnya. Tidak diragukan lagi, tren positif ini berdampak positif pada perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, (2023), Kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia memiliki potensi yang besar untuk berkembang sehingga dapat memberikan kontribusi lebih besar lagi kepada perekonomian negara.

Tabel 1. 1 Data UMKM Provinsi Jawa Barat tahun 2022

Sektor	(Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia)	Jumlah Unit
Makanan	KBLI 10	1.592.318
Minuman	KBLI 11	102.535
Pengolahan Tembakau	KBLI 12	196.621
Tekstil	KBLI 13	303.485

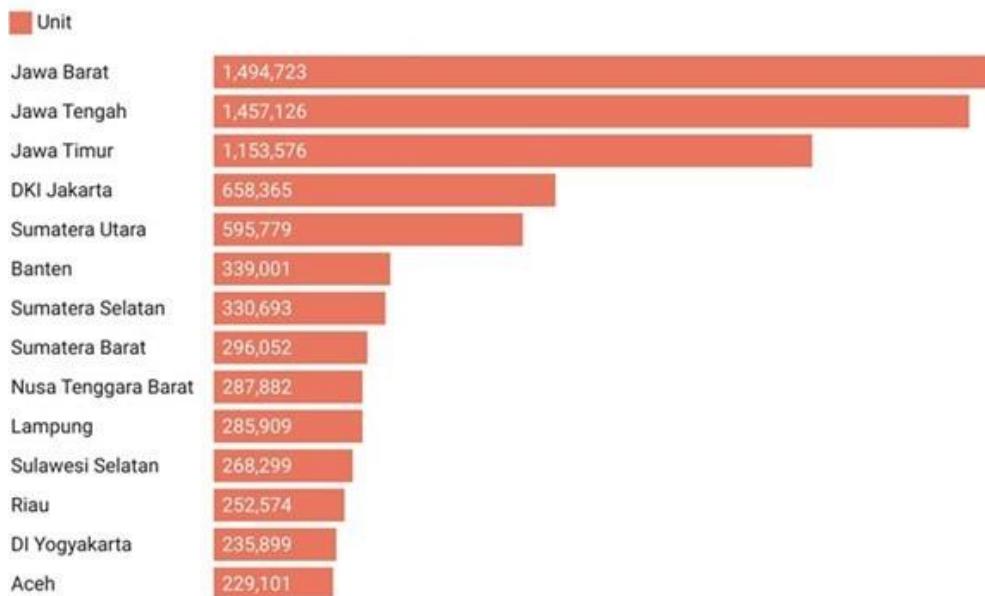
Sumber: (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2024)

Jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, menurut data dari BPS (Badan Pusat Statistik, 2024), menurut data sektor makanan menempati posisi nomor satu dengan jumlah unit usaha 1.592,318 juta. UMKM di Indonesia semakin bertumbuh dan berkembang sehingga meningkatkan persaingan diantara UMKM. Dengan itu para pelaku usaha di tuntut harus memiliki tingkat inovasi dan kreatifitas yang tinggi agar dapat terus maju dan bertahan di tengah perkembangan teknologi yang semakin maju dan pesaing yang semakin banyak. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional, seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, peran ini semakin mendorong tumbuh dan berkembangnya UMKM di Indonesia yang mengakibatkan bertambahnya jumlah UMKM.

Gambar 1. 2 Jumlah UMKM di Indonesia tahun 2022

Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022

*Berdasarkan Provinsi



Sumber: (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023)

Data di atas menunjukkan bahwa Jawa Barat menduduki peringkat pertama untuk jumlah UMKM di Indonesia, menunjukkan bahwa provinsi ini memberikan kontribusi yang signifikan untuk jumlah UMKM tersebut, ini adalah hasil yang sangat baik karena UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Adanya UMKM dapat memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memperbaiki perekonomian mereka. Selain itu, berdirinya UMKM akan menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan baru dan mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia, oleh karena itu pemerintah memiliki peran penting untuk menjadikan UMKM lebih maju dan terus berkembang lagi dengan cara membuat Peraturan Pemerintah nomor 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (PP UMKM) dan Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM) menetapkan dasar hukum untuk UMKM.

Tabel 1. 2 Global Inovation Index Indonesia

<i>Indonesia</i>	<i>GII</i>
	<i>Position</i>
2020	85th
2021	87th
2022	75th
2023	61st

Sumber: (*World Intellectual Property Organization (WIPO)*, 2023)

Menurut fenomena pada indeks inovasi global dan indeks daya saing talenta global, Indonesia berada di urutan 61 dari 132 negara di tahun 2023 dengan skor 30,3. Berada di posisi keenam di antara negara-negara Asean, di bawah Malaysia, Filipina, Singapura, Vietnam, dan Thailand. Ini menunjukan bahwa kualitas Sumber Daya Manusia Inovatif Indonesia masih rendah. Di sisi lain, pemerintah terus berusaha untuk memastikan industri kreatif dapat terus berkontribusi pada PDB.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki UMKM yang potensial adalah Kota Cirebon. Kota Cirebon memiliki berbagai jenis UMKM unggulan namun mayoritas UMKM di Kota Cirebon adalah *F&B*. Perkembangan UMKM di Kota Cirebon dari tahun ke tahunnya menunjukan peningkatan yang signifikan.

Tabel 1. 3 Data Jumlah UMKM di DKUKMPP

Jumlah UMKM Kota Cirebon			
	2021	2022	2023
Cirebon	2.083	2.276	2.426

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Perindustrian dan

Perdagangan

Menurut data pada tabel 1.2 Jumlah UMKM di Kota Cirebon juga mengalami pertumbuhan yang positif tiap tahunnya. Adanya perkembangan UMKM akan membawa dampak positif bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Mulai dari penyediaan lapangan pekerjaan sampai peningkatan pendapatan, baik dalam skala nasional maupun internasional. Perkembangan tersebut bukan tanpa masalah dan hambatan, serta kendala muncul dari faktor eksternal dan internal. Permasalahan internal sendiri meliputi masalah permodalan, sumber daya

manusia, hukum dan akuntabilitas. Dari kendala internal tersebut, yang paling sering dialami pelaku UMKM adalah keterbatasan modal dan keterbatasan sumber daya manusia (Yazfinedi, 2018).

Fokus penelitian ini adalah UMKM dalam binaan DKUKMPP yang bekerjasama dengan Mall UKM Kota Cirebon dengan total 110 pelaku usaha UMKM yang berasal dari kota Cirebon, mayoritas jenis UMKM yang bekerjasama dengan Mall UKM adalah *F&B, CRAFT, Fashion*.

Tabel 1. 4 Data Mall UKM Kota Cirebon

Jumlah UMKM di Mall UKM Kota Cirebon	
Kecamatan	Jumlah
Kejaksan	28
Harjamukti	32
Kesambi	30
Pekalipan	13
kedawung	1
lemahwungkuk	6
Jumlah	110

Sumber: Mall UKM Kota Cirebon

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pelaku usaha UMKM ada beberapa permasalahan yang di alami oleh pelaku usaha UMKM di Kota Cirebon yaitu Keterbatasan Modal, tidak mengetahui cara untuk memasarkan produk, dan kebutuhan tentang sumber daya manusia yang belum terpenuhi. Pelaku usaha UMKM menjadi (Tremblay *et al.*, 2009) sangat penting karena merupakan sumber daya manusia yang perannya mengharuskan untuk terus menemukan hal- hal baru yang memiliki daya saing untuk tetap berkembang dan maju untuk membedakannya dengan pesaing. Untuk melakukan ini, para pelaku usaha

UMKM harus kreatif dan inovatif, tetapi pada kenyataannya, perilaku kerja inovatif pengusaha kecil masih terbatas dan jarang dilakukan dalam usaha menjalankan UMKM. Data dari Indeks Inovasi Daerah Kota Cirebon mendapat peringkat 71 dari dengan skor indeks 42,46 dengan predikat (Inovatif). Hasil Indeks Inovasi Daerah ini menunjukan bahwa SDM di kota Cirebon belum sampai pada level ‘Sangat Inovatif’ SDM memainkan peran yang sangat penting bagi kemajuan UMKM untuk tetap bersaing dan eksis oleh sebab itu ini menjadi hal yang penting untuk diperhatikan.

Tabel 1. 5 Data Indeks Inovasi Daerah (Kota) tahun 2023

No.	Pemerintah Daerah	Skor Indeks	Predikat
71	Kota Cirebon	42,46	Inovatif

Sumber: bappelitbangdahalsel, 2023

Manusia sebagai individu memiliki peran untuk bertanggung jawab menemukan konsep atau ide baru yang kemudian dikembangkan dan dimodifikasi menjadi sebuah inovasi yang dapat diterapkan dan tentunya berguna. Inovasi dapat dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan perubahan. Pemilik UMKM dapat mempertahankan bisnis mereka ditengah krisis dan persaingan yang ketat dengan melakukan perilaku kerja inovatif (Sulistiyani *et al.*, 2017).

Sedyastuti, (2018) menyatakan bahwa kurangnya perilaku kerja inovatif menyebabkan masalah seperti rendahnya produktifitas dan kualitas produk yang dihasilkan, kurangnya kreatifitas, kurangnya inovasi, dan kurangnya pemahaman tentang orientasi wirausaha dan orientasi pasar.

Tabel 1. 6 Hasil Pra Survey Innovative Work Behavior

No.	<i>Innovative Work Behavior</i>			Jumlah respon den	100 %	
		Ya	Tidak		ya	Tidak
1	Saya menemukan system kerja, cara kerja, atau peralatan kerja baru dalam bisnis atau usaha yang saya jalankan	10	20	30	33%	66,6%
2	Saya menciptakan ide baru dalam bisnis yang saya jalankan	9	21	30	30%	70%
3	Saya terbuka dan selalu mendukung adanya ide atau gagasan baru untuk memajukan bisnis atau usaha saya	14	16	30	46.6%	53,3%
4	Saya menerapkan ide inovatif untuk memajukan bisnis atau usaha saya	10	20	30	33%	66.6%
5	Saya mengevaluasi dan memperbaiki ide inovatif yang sudah ditetapkan agar kedepannya dapat menjalankan bisnis dengan lebih baik	11	19	30	36.6%	63.3%
Rata-rata					35,84%	63.96%

Sumber: Data Pra Survey

Hasil data Pra Survey *Innovative Work Behavior* pada pelaku usaha UMKM di Kota Cirebon. Menunjukan bahwa tidak semua pelaku usaha bisa berinovasi atau menciptakan ide-ide baru. Ada 63,96% pelaku usaha yang menjawab tidak menandakan bahwa pelaku usaha UMKM belum sepenuhnya menjalankan perilaku inovatif atau menerapkan hal-hal yang inovatif untuk pekerjaanya. Perilaku kerja inovatif merupakan hal yang sangat penting bagi kemajuan UMKM, karena menurut De Jong & Den Hartog, (2010) mengungkapkan bahwa semakin tinggi perilaku kerja inovatif yang dimunculkan oleh individu maka akan semakin banyak pula inovasi yang dihasilkan oleh suatu organisasi. Menghasilkan produk, proses, atau prosedur baru yang pada akhirnya dapat diterapkan dalam peran kerja, kelompok, atau keseluruhan organisasi.

Inovasi yang tinggi akan meningkatkan kemampuan individu untuk menciptakan produk yang berkualitas. Inovasi berguna sebagai alat untuk meningkatkan performa dan efisiensi seseorang, selama pekerja tersebut menganggap bahwa perilaku kerja inovatif yang dijalankan akan berdampak positif pada kinerjanya (Cingöz & Akdoğan, 2011).

Keberhasilan UMKM juga dipengaruhi oleh motivasi (Deci & Ryan, 2000) individu yang memiliki kontrol lebih besar atas cara mereka menyelesaikan tugas merasa lebih termotivasi secara intrinsik dibandingkan dengan mereka yang merasa tertekan atau dipaksa untuk melakukan tugas tertentu. Karena apabila pelaku usaha menjalankan usahanya karena tekanan dan bukan *passion* mereka sendiri menyebabkan pelaku usaha tidak termotivasi secara intrinsik dan hal ini menyababkan kurangnya kepercayaan diri karena banyaknya pesaing yang lebih kreatif dan tidak mampu menjalankan usaha dengan lebih baik maka akan menurunkan keyakinan diri untuk berinovasi dan menghambat kemajuan dalam berwirausaha. Maka dari itu karena adanya *intrinsic motivation* dalam berwirausaha akan dapat memanfaatkan secara maksimal perilaku inovatif. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku kerja inovatif yaitu, berbagi pengetahuan, stimulasi intelektual dan motivasi intrinsik (Suzila Kassim & Soffiq Saripin, 2019).

Tabel 1. 7 Hasil Pra Survey Intrinsic Motivation

No.	<i>Intrinsic Motivation</i>	Pilihan Jawaban		Jumlah responden	100%	
		Ya	Tidak		Ya	Tidak
1	Bisnis yang saya jalani berawal dari kesenangan saya untuk mempelajari hal-hal baru	9	21	30	30%	70%
2	Saya merasa puas dengan bisnis atau usaha yang saya jalani karena dapat memberikan tantangan baru yang menarik	12	18	30	40%	60%
3	Saya merasa puas jika dapat menyelesaikan permasalahan sulit dalam bisnis atau usaha yang sedang aya lakukan	8	22	30	26.6%	73.3%
Rata-rata					32.2%	67.76%

Sumber: Data Pra Survey

Hasil data Pra Survey *Intrinsic Motivation* diatas menunjukan bahwa tingkat *Intrinsic Motivation* pelaku usaha UMKM hanya sebesar 32.3% belum mencapai presentase 100 persen. Karena yang menjawab tidak lebih besar dengan presentase 67,76% Ini menandakan bahwa tidak semua pelaku usaha UMKM mempunyai tingkat *intrinsic motivation* yang tinggi. Motivasi bisa menjadi salah satu faktor meningkatnya kinerja inovatif seseorang. *Intrinsic motivation* dapat mendorong terjadinya perilaku kerja inovatif yang didukung oleh penelitian yang dilakukan (Devloo *et al.*, 2015).

Motivasi dapat didefinisikan sebagai proses yang membentuk dorongan atau tindakan yang berfungsi sebagai penggerak untuk mencapai tujuan. (Buchbinder & Shanks, 2012). Menurut Karadeniz *et al.*, (2021) ada beberapa kondisi yang harus disediakan yaitu agar seseorang termotivasi secara intrinsik (memberikan otonomi untuk bertindak secara mandiri, untuk membuat pilihan, untuk mengevaluasi peluang). Ketika kondisi ini disediakan peran *Creative self-efficacy* akan membuat

individu lebih bersedia terlibat dalam perilaku inovatif saat melakukan pekerjaan mereka. Hal ini akan berkontribusi pada sektor-sektor dengan kebutuhan inovasi yang tinggi.

Tabel 1. 8 Hasil Pra Survey Creative Self- Efficacy

No.	Creative self-efficacy	Pilihan jawaban		Jumlah responden	100%	
		Ya	Tidak		ya	Tidak
1	Saya yakin dengan kreativitas yang saya miliki	11	19	30	36,6%	63,3%
2	Saya yakin jika dapat mengatasi masalah yang sulit secara tepat waktu, cepat dan memuaskan	10	20	30	33,3%	66,6%
3	Saya memiliki imajinasi dan kemampuan yang dapat membedakan diri saya dengan orang lain	12	18	30	40%	60%
4	Saya telah membuktikan jika sering menyelesaikan permasalahan yang rumit	8	22	30	26,6%	73,3%
5	Saya yakin jika saya mampu menyelesaikan permasalahan dengan kreatifitas yang saya miliki	10	20	30	33,3%	66,6%
Rata-rata					33,96%	65,96%

Sumber: Data Pra Survey

Hasil dari data pra survey *Creative self-efficacy* yang dilakukan pada pelaku usaha UMKM tentang *Creative self-efficacy* yaitu ada 65,96% pelaku usaha yang tidak yakin atau percaya diri bisa menyelesaikan pekerjaan yang sulit secara kreatif hal ini tentu saja membuat pelaku usaha sulit berkembang karena kurangnya keyakinan untuk menyelesaikan masalah. Perilaku kerja inovatif sangat berkaitan dengan implementasi ide baru yang tentunya berkaitan dengan

keberhasilan maupun resiko kegagalan. Oleh sebab itu diperlukan individu yang memiliki keyakinan yang kuat untuk menciptakan inovasi yang sukses.

Tierney & Farmer, (2002, 2011) mengajukan konsep *Creative self-efficacy* yang tinggi, mampu meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi untuk berperilaku inovatif. Individu yang terlibat dalam pekerjaan secara kreatif akhirnya akan berdampak pada inovasi kerja.

Konsep *Creative self-efficacy* telah diperluas dari efikasi diri dan didefinisikan sebagai keyakinan (atau kepercayaan diri) yang mencerminkan kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya ketika melakukan tugas inovasi (Tierney & Farmer, (2002, 2011). Individu dengan *Creative self-efficacy* yang tinggi dapat memobilisasi motivasi, sumber daya kognitif, dan tindakan yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan kebutuhan.

Penelitian ini difokuskan kepada pelaku usaha UMKM yang berada dalam binaan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan. Yang bekerjasama dengan Mall UKM Kota Cirebon. Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior* dengan *Creative self-efficacy* sebagai variabel mediasi pada UMKM di kota Cirebon”**

1.2 Identifikasi Masalah

- a. Pelaku usaha belum memiliki *intrinsic motivation* yang tinggi
- b. Kurangnya motivasi pelaku usaha untuk membuat suatu perubahan atau ide baru

- c. Kurangnya keyakinan pelaku usaha untuk terus mencari atau membuat ide baru
- d. pelaku usaha merasa kurang percaya diri untuk menyelesaikan pekerjaan yang sulit secara kreatif.

1.3 Batasan Masalah

Untuk mengarahkan dan membuat penelitian ini lebih terarah berdasarkan identifikasi masalah diatas dilakukan pembatasan masalah sehingga dalam penelitian ini hanya meneliti Pelaku Usaha UMKM yang bekerja sama dengan Mall UKM kota Cirebon yang diangkat hanya berkaitan dengan variabel “*Intrinsic Motivation, Innovative Work Behavior, Creative self-efficacy*”.

1.4 Rumusan Masalah

Di era *modern* seperti ini pelaku usaha UMKM dituntut untuk terus melakukan inovasi mencari ide-ide baru dan membuat perbedaan agar bisa bersaing dengan para kompetitornya. Salah satu faktor yang membuat individu bisa terus berinovasi adalah dengan berpikir kreatif dan memiliki motivasi internal dari dalam diri sendiri yang tinggi. Individu yang kreatif akan mendorong individu tersebut mencari ide-ide baru dan melakukan perubahan dengan cara yang kreatif.

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka pertanyaan penelitian yang dapat disusun sebagai berikut:

- a. Apakah *Intrinsic Motivation* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior*?
- b. Apakah *Intrinsic Motivation* berpengaruh terhadap *Creative self-efficacy*

- c. Apakah *Creative self-efficacy* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior*?
- d. Apakah *Creative self-efficacy* dapat memediasi pengaruh *antara Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Untuk mengetahui apakah *Intrinsic Motivation* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior*
- b. Untuk mengetahui apakah *Intrinsic Motivation* berpengaruh terhadap *Creative self-efficacy*
- c. Untuk mengetahui apakah *Creative self-efficacy* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior*
- d. Untuk mengetahui apakah *Creative self-efficacy* dapat memediasi pengaruh *antara Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior*

1.6 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini untuk mengembangkan dan memperkaya cakrawala pandang dalam bilang Manajemen, khususnya Manajemen SDM dan untuk memberikan pengembangan untuk pelaku usaha UMKM di Kota Cirebon.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya:

- 1) Bagi peneliti sebagai suatu pengalaman belajar dalam kegiatan penelitian, sehingga dapat melakukan komparasi antara teori dan kenyataan.
- 2) Bagi UMKM penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu perkembangan dalam meningkatkan kualitas SDM yaitu pelaku usaha UMKM Kota Cirebon.
- 3) Bagi pembaca (peneliti lainnya) memberikan informasi yang berguna bagi penelitian yang akan dating sehingga bermanfaat bagi Masyarakat luas.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis, Tahun	Judul Penelitian	Objek Penelitian	Variabel	Hasil
1	(Adriyanto & Prasetyo, 2021)	Pengaruh Motivasi Intrinsik dan <i>Knowledge Sharing</i> terhadap produktivitas kerja melalui perilaku kerja inovatif sebagai variabel intervening	PT. BPR Rudo Indobank di Kota Semarang.	Motivasi intrinsik (X1), Knowlegde Shring (X2), Perilaku Kerja inovatif (Y1), Produktifitas Kerja (Y2)	hasil penelitian ini motivasi intrinsik berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif, knowledge sharing berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif, perilaku inovatif berpengaruh signifikan terhadap produktifitas kerja, motivasi intrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja.
2	(Herbiyanti <i>et al.</i> , 2024)	<i>The role of Intrinsic Motivation on Innovative Work Behavior mediated by Creative self-efficacy</i>	Pengrajin rotan di desa tegalwangi.	<i>Intrinsic Motivation</i> (X), <i>Innovative Work Behavior</i> (Y), <i>Creative self-efficacy</i> (Z)	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan motivasi intrinsik terhadap efikasi diri kreatif, efikasi diri kreatif terhadap perilaku kerja inovatif, dan efikasi diri kreatif memediasi secara parsial antara motivasi intrinsik terhadap perilaku kerja inovatif pada pengrajin rotan di Desa Tegalwangi.
3	(Karadeniz <i>et al.</i> , 2021)	Motivasi Intrinsik dan Perilaku Kerja Inovatif: peran Mediasi Efikasi Diri Kreatif		Motivasi Intrinsik (X1), Perilaku Kerja Inovatif (Y), Efikasi diri kreatif (Z)	Hasil penelitian menunjukkan kurangnya hubungan yang signifikan antara motivasi intrinsik dan inovatif, Namun, Ketika pengaruhnya dimediasi melalui efikasi diri kreatif, motivasi, motivasi intrinsik cukup meningkatkan perilaku kerja inovatif.

4	(Suryani <i>et al.</i> , 2018)	<i>How Intrinsic Motivation and Innovative Work Behavior Affect Job Performance</i>	Syiah Kuala University	<i>Intrinsic Motivation</i> (x1), <i>Innovative Work Behavior</i> (z), <i>Job performance</i> (y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua pengaruh yang dihipotesiskan menunjukkan pengaruh yang signifikan baik pada hipotesis yang menguji pengaruh langsung dan hipotesis yang menguji pengaruh mediasi.
5	(Margaret ha & Sudibjo, 2024)	Pengaruh <i>Intrinsic Motivation</i> , Perceived Autonomy Support, Dan Job Crafting terhadap <i>Innovative Work Behavior</i> di TK-SD XYZ Tangerang Selatan	TK-SD XYZ Tangerang Selatan	<i>Intrinsic Motivation</i> (X1), Perceived Autonomy Support (X2), Job Crafting (Z), <i>Innovative Work Behavior</i> (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Intrinsic Motivation</i> , perceived autonomy support, dan job crafting berpengaruh positif terhadap perilaku kerja inovatif.
6	(Usman <i>et al.</i> , 2019)	<i>Mediating role of meaningful work in the relationship between Intrinsic Motivation and work behavior</i>	Guru di sekolah negeri Timur Laut, Nigeria	<i>Meaningful work</i> (Z), <i>Intrinsic Motivation</i> (X1), <i>Innovative Work Behavior</i> (Y)	Hasil penelitian menegaskan bahwa meaningful work in the relationship memediasi hubungan antara motivasi intrinsic dan perilaku kerja inovatif guru.
7	(Nardo <i>et al.</i> , 2024)	<i>The influence of competence and Intrinsic Motivation on innovative behavior with meaningfulness of work as a mediator</i>		<i>Competence</i> (X1), <i>Intrinsic Motivation</i> (X2), <i>meaningfulness of work</i> (Z), <i>Perilaku Inovatif</i> (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi tidak berpengaruh signifikan terhadap perlaku inovatif, motivasi intrinsik berpengaruh dan signifikan terhadap perlaku inovatif, kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebermaknaan kerja, motivasi intrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebermaknaan kerja, kebermaknaan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap perlaku inovatif.
8	(Khan <i>et al.</i> , 2023)	<i>The role of knowledge sharing and Creative self-efficacy on the self-leadership and Innovative Work Behavior relationship</i>	Perusahaan software di Punjab, Pakistan.	<i>Knowledge sharing</i> , <i>Creative self-efficacy</i> , <i>Self-Leadership</i> , <i>Innovative Work Behavior</i>	<i>Innovative Work Behavior</i> . Selain itu, hasil penelitian ini mendukung peran mediasi <i>Creative self-efficacy</i> dalam hubungan antara kedua kualitas ini.

9	(Su <i>et al.</i> , 2020)	<i>How does servant leadership influence employees' service innovative behavior: the roles of Intrinsic Motivation and identification with the leader</i>	Perusahaan di china	<i>Servant leadership, Intrinsic Motivation, service innovative behavior</i>	Hasil penelitian mengkonfirmasi bahwa <i>servant leadership</i> dapat mendorong <i>service innovative behavior</i> karyawan dan <i>Intrinsic Motivation</i> , sementara itu <i>Intrinsic Motivation</i> karyawan memediasi Sebagian pengaruh <i>servant leadership</i> pada <i>service innovative behavior</i> .
10	(Setyadhi & Masdupi, 2021)	<i>The influence of competence, and Intrinsic Motivation on innovative behavior through work meaningfulness, as a mediator</i>	Pegawai unit Pendidikan kementrian Perindustrian di Sumatera Barat	<i>Competence (X1), Intrinsic Motivation (X2), meaningfulness of work (Z), Perilaku Inovatif (Y)</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi tidak berpengaruh signifikan terhadap perlaku inovatif, motivasi intrinsik berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku inovatif, kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebermaknaan kerja, motivasi intrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebermaknaan kerja, kebermaknaan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif.

2.2 Uraian Teori

2.2.1 *Innovative work Work Behavior*

1. Definisi

Inovative work behavior merupakan sebuah perilaku komprehensif yang terkait ide generasi, dukungan ide dalam organisasi dan juga memberikan implementasi ide-ide (Riswan *et al.*, 2021). Organisasi sangat bergantung pada sumber daya manusia untuk terus berinovasi sehingga mereka dapat mencapai kekuatan kompetitif untuk merespon perubahan pasar yang cepat. Dengan meningkatnya tekanan untuk mengembangkan produk dan layanan dengan cepat dan efisien, organisasi terus berusaha untuk mendorong inovasi kerja menjadi lebih baik dan meningkatkan kinerja jangka Panjang mereka (Van Burg *et al.*, 2014). *Innovative Work Behavior* mengacu pada serangkaian perilaku tentang pengenalan ide-ide baru yang penting dan berguna untuk dikembangkan dan dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja individu dan juga kinerja organisasi (De Jong & Den Hartog, 2007)

Menurut De Jong & De Hartog (2010) *Innovative Work Behavior* atau perilaku kerja inovatif mencangkup eksplorasi peluang dan generalisasi dari ide-ide baru (perilaku yang berhubungan dengan kreativitas), namun perilaku kerja inovatif juga dapat mencangkup perilaku yang diarahkan menuju penerapan perubahan, menerapkan pengetahuan baru, atau meningkatkan proses kinerja pribadi dan / atau

bisnis yang berorientasi kepada implementasi dari ide tersebut kedalam pekerjaanya (J. De Jong & Den Hartog, 2010b).

Hal ini sejalan dengan pengertian *Innovative Work Behavior* yang dikemukakan (Janssen, 2000). Janssen menjelaskan bahwa *Innovative Work Behavior* merupakan penciptaan yang disengaja, pengenalan dan penerapan ide-ide baru dalam peran kerja, kelompok, atau organisasi. Janssen menambahkan, keuntungan dari inovasi dapat mencangkup berfungsinya organisasi dan memberikan manfaat sosial-psikologis dengan lebih baik bagi pekerja individu atau kelompok individu.

Perilaku inovatif adalah sebuah konstruk yang banyak dibahas dalam bidang industri dan organisasi psikologi dan manajemen. Konstruk perilaku inovatif dikatakan mirip dan terkait erat dengan konstruk kreativitas karyawan, tetapi perilaku inovatif diharapkan memiliki hasil yang menguntungkan (Jong *et al.*, 2008).

Berdasarkan beberapa uraian pengertian *Innovative Work Behavior* diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Innovative Work Behavior* adalah suatu proses implementasi dari ide-ide baru ke dalam pekerjaan yang bertujuan untuk meningkatkan performa kerja baik individu, kelompok, maupun organisasi.

2. Dimensi

Janssen, (2000) mengadaptasi dan menjabarkan dimensi *innovate work behavior* milik Scott & Bruce, (1994) Dimensi dan Indikator dari perilaku kerja inovatif yang diadaptasi Janssen, (2000) adalah:

a. Idea Generation

Idea generation adalah proses individu memproduksi ide dalam bentuk apapun untuk menyelesaikan suatu masalah atau ketidakpastian yang muncul dalam pekerjaan. Menurut (J. De Jong & Den Hartog, 2010a) generalisasi ide berhubungan dengan produk, layanan, atau proses baru. Generalisasi ide yang baik berusaha melihat kesenjangan masalah yang ada dari sudut pandang yang berbeda. Dimensi ini diukur dengan Indikator:

- (1) Membuat ide baru untuk isu yang sulit
- (2) Mencari metode, Teknik, dan instrument baru

b. Idea Promotion

Idea promotion adalah proses individu untuk terlibat dalam kegiatan social dengan cara mencari teman ataupun rekan kerja untuk membangun koalisi pendukung yang akan memberikan kekuatan yang diperlukan dibelakangnya (Janssen, 2000). Menurut (J. De Jong & Den Hartog, 2010a) Sebagian besar ide perlu dipromosikan karena mereka sering tidak cocok dengan apa yang sudah ada di dalam kelompok kerja atau organisasi mereka. Dimensi ini diukur dengan Indikator:

- (1) Menggeneralisasi Solusi original untuk mengatasi masalah
- (2) Memobilisasi dukungan untuk ide inovatif
- (3) Mendapatkan persetujuan untuk ide inovatif
- (4) Membuat anggota organisasi paling antusias untuk ide inovatif

c. *Idea Realization*

Idea realization adalah proses individu untuk menerapkan ide dalam peran kerja, kelompok atau organisasi. Dimensi ini dapat diukur dengan indikator:

- (1) mentransferkan ide inovatif kedalam aplikasi berguna
- (2) mengenalkan ide inovatif ke lingkungan kerja dengan cara sistematis
- (3) mengevaluasi utilitas dari ide inovatif

Menurut (Jong *et al.*, 2008) menjelaskan adanya empat dimensi perilaku kerja inovatif, diantaranya:

a. *Idea Exploration*

Eksplorasi ide termasuk mencari cara untuk meningkatkan produk, layanan, atau proses saat ini atau mencoba memikirkan dengan cara atau alternatif lain (Basadur, 2004; KANTER, 1996)

b. *Idea Generation*

Idea generation adalah elemen berikutnya yang diusulkan oleh IWB, *Idea Generation* dapat berkaitan dengan produk, layanan, atau proses baru, masuk ke pasar baru, perbaikan dalam proses kerja saat ini, atau dalam istilah umum, solusi untuk masalah yang diidentifikasi KANTER, (1996) kunci dari *idea generation* adalah kombinasi dan pengorganisasian ulang informasi dan konsep yang ada untuk memecahkan masalah atau meningkatkan kinerja. *Ide generation* yang baik

mendekati masalah atau kesenjangan kinerja dari sudut pandang yang berbeda. KANTER, (1996) menyatakan tentang ‘pemikiran kaledioskopik

c. *Idea Championing*

Idea championing menjadi relevan begitu sebuah ide telah dihasilkan. Kebanyakan ide perlu dipromosikan karena seringkali tidak sesuai dengan apa yang sudah digunakan dalam kelompok kerja atau organisasi mereka. Bahkan jika ide memiliki legitimasi atau tampaknya mengisi kesenjangan kinerja, untuk kebanyakan ide tidak pasti apakah manfaatnya akan melebihi biaya pengembangan dan implementasinya, dan resistensi terhadap perubahan sering terjadi (KANTER, 1996). Dalam hal ini, literatur tentang pendukung inovasi berfokus pada orang-orang dalam peran organisasi mereka dan membantu mewujudkan ide-ide inovatif (Shane, 1994). *Idea Championing* mencakup menemukan dukungan dan membangun koalisi dengan mengekspresikan antusiasme dan keyakinan tentang kesuksesan inovasi, bersikeras, dan melibatkan orang-orang yang tepat (Howell *et al.*, 2005).

d. Idea Implementation

Sebuah ide-ide perlu diimplementasikan. Upaya yang besar dan sikap berorientasi pada hasil diperlukan untuk mewujudkan ide-ide tersebut. Implementasi ide juga mencakup menjadikan inovasi bagian dari proses kerja regular (Kleysen & Street, 2001). Dan perilaku seperti pengembangan produk atau proses kerja baru, serta pengujian dan modifikasi mereka (KANTER, 1996).

3. Faktor yang mempengaruhi *Innovative Work Behavior*

Dalam penelitian sebelumnya, variabel-variabel yang mendukung perilaku kerja inovatif telah diidentifikasi. Menelaah variabel-variabel ini lebih lanjut mengungkapkan bahwa faktor-faktor penentu ini terkait dengan kepemimpinan, organisasi, dan faktor individu.

a. Leadership Faktor

“berbagai gaya kepemimpinan seperti pertukaran pemimpin anggota, kepemimpinan transaksional, laissez-faire dan gaya kepemimpinan transformasional telah diteliti dampaknya terhadap perilaku kerja yang inovatif (Oukes, 2011).

“prinsip teori LMX menunjukan bahwa kepemimpinan dan bawahan mengembangkan pemahaman yang dinegosiasikan tentang peran mereka.” Secara khusus, model ini menunjukan bahwa hubungan pemimpin-bawahan memiliki efek pada keinovatifan (Pandey & Sharma, 2009) “di bawah kepemimpinan

LMX, bawahan dalam kelompok cenderung memiliki pengambilan Keputusan yang substansial pengambilan Keputusan yang besar dan dengan demikian dapat menikmati lebih banyak waktu dan untuk tugas-tugas yang dinegosiasikan (Pandey & Sharma, 2009). “sementara itu, bawahan di luar bawahan kelompok lain yang proses pengambilan perannya kurang berhasil, lebih cenderung membatasi diri dalam melakukan tugas rutin”. Selain itu, sebuah kritik universal dipandang menghantui pengukuran pertukaran pemimpin-anggota mengingat banyaknya keragaman pengukuran pertukaran LMX yang dikembangkan dan diterapkan sejak teori ini pertama kali diusulkan (Yukl, 2006)

a. Faktor Organisasi

(Rogg *et al.*, 2001) menjelaskan bahwa praktik manajemen sumber daya manusia membentuk iklim organisasi. Hal ini mengisyaratkan kemungkinan praktik-praktik sumber daya manusia membentuk lingkungan Perusahaan yang pada gilirannya, dapat mengarah pada perilaku karyawan yang inovatif. Sebagai contoh, (Rousseau & Geller, n.d.) menemukan bahwa praktik sumber daya manusia membentuk nada dan kondisi hubungan karyawan-atasan yang pada gilirannya akan mempengaruhi perilaku karyawan di lingkungan kerja. Ketika karyawan percaya bahwa organisasi mereka berinvestasi dalam sumber daya manusia, mereka lebih cenderung bereaksi dengan menunjukkan sikap dan perilaku positif. Menguatkan pandangan ini, (Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle,

2005) menganjurkan bahwa praktik-praktik sumber daya manusia memainkan peran penting dalam mendorong kegiatan inovasi.

b. Faktor Individual

Faktor-faktor terkait individu yang telah diteliti terkait dengan perilaku kerja inovatif meliputi variabel sikap (seperti *work engagement*, komitmen organisasi), variabel kepribadian (seperti kperibadian pro aktif), serta kompetensi karyawan (seperti kemampuan kecerdasan emosional). “Dalam sebuah studi empiris yang dilakukan di sebuah Perusahaan telekomunikasi yang berlokasi di china, dengan sampel 300 karyawan di china. Aryee *et al.*, (2012) menunjukan bahwa perilaku kerja yang inovatif memiliki arti penting di antara karyawan yang *engaged*.” Sementara sampel 400 karyawan dari 40 perusahaan kecil dan menengah yang berlokasi di Turki, (Taştan, 2013) mengamati bahwa karyawan yang memiliki kepribadian pro aktif lebih cenderung menampilkan perilaku kerja inovatif. Demikian juga, beberapa peneliti Anderson *et al.*, (2004) menyatakan bahwa perilaku kerja inovatif sangat bergantung pada kemampuan interaksi individu dengan individua tau kelompok lain di tempat kerja (yaitu kecerdasan emosional). “kemampuan emosional seperti itu sangat penting untuk mendukung kegiatan-kegiatan inovatif. Dalam sebuah penelitian yang mengambil sampel di antara 500 karyawan dari 19 organisasi di Uni Emirat Arab, (Suliman & Al-Shaikh, 2007) melaporkan adanya hubungan positif antara kecerdasan emosional dan perilaku kerja yang inovatif.”

4. Indikator *Innovative Work Behavior*

Janssen, (2000) menyatakan dalam hal ini sebuah dimensi tentang perilaku kerja inovatif yang diukur dengan Indikator antara lain:

- a. Penciptaan sebuah ide baru dalam rangka penyelesaian masalah
- b. Pencarian metode kerja, baik itu Teknik, maupun instrument baru.
- c. Penghasilan sebuah solusi dalam penyelesaian masalah
- d. Pemobilisasian dalam sebuah dukungan ke dalam ide inovasi
- e. Sebuah Upaya dalam menyetujui gagasan inovatif
- f. Pembuatan anggota organisasi antusias yang sejalan dengan gagasan inovatif
- g. Pengubahah sebuah ide inovatif untuk menjadi aplikasi yang memiliki kegunaan tertentu
- h. Penjabaran ide inovatif dalam sebuah lingkungan secara sistematis.
- i. Mengevaluasi manfaat dari ide inovatif

5. Dampak positif *Innovative Work Behavior*

Janssen, (2000) menyebut perilaku kerja inovatif dapat menimbulkan dampak positif sebagai berikut:

- a. Munculnya gagasan baru dilingkungan kerja
Perilaku kerja inovatif mendorong seorang pekerja untuk menghasilkan ide-ide baru yang menjadikan pekerjaan serta lingkungan kerjanya menjadi lebih baik.
- b. Mempromosikan diri dalam pekerjaan

Sikap inovatif yang dimiliki pekerja memegang peran dalam menciptakan ide baru dalam menyelesaikan masalah penting. Hal ini tentu saja berpengaruh pada adanya kesempatan yang lebih besar bagi pekerja untuk mendapatkan promosi kedudukan pekerjaan yang lebih tinggi.

c. Mewujudkan gagasan baru di lingkungan kerja

Seorang pekerja yang memiliki perilaku kerja inovatif dapat merealisasikan ide baru yang belum muncul sebelumnya, yang akan berguna untuk pemecahan masalah di masa mendatang.

2.2.2 *Self-Determined Theory* (SDT)

SDT berfokus pada “hakikat” motivasi, yaitu “alasan perilaku”. Asumsi yang mandasarnya adalah bahwa “manusia adalah organisme yang aktif dan berorientasi pada pertumbuhan yang secara alami cenderung untuk mengintegrasikan elemen-elemen psikis mereka ke dalam satu kesatuan rasa diri dan integrasi diri mereka ke dalam struktur social yang lebih” (Deci & Ryan, 2000) Meskipun pertumbuhan psikologis dan kecenderungan integrasi bersifat alamiah, namun hal tersebut rentan terhadap kondisi social dan lingkungan yang dapat mendukung kecenderungan untuk menentukan *self-determined* atau mengganggunya (Ryan & Deci, 2002). *Self-Determined Theory* umumnya berlaku untuk aktivitas yang dianggap menarik, menantang secara optimal, atau menyenangkan secara estetika. Aktivitas yang tidak dialami seperti itu, misalnya bekerja, tidak mungkin dilakukan kecuali ada alasan ekstrinsik

untuk melakukannya (Ryan & Deci, 2002). Oleh karena itu, SDT membedakan antara motivasi intrinsik (yaitu, melakukan suatu kegiatan untuk kepentingannya sendiri karena seseorang menemukan bahwa kegiatan itu secara inheren menarik dan memuaskan) dan motivasi ekstrinsik (yaitu, melakukan suatu kegiatan untuk alasan instrumental).

1. Definisi *Intrinsic Motivation*

Motivasi intrinsik adalah sumber energi yang merupakan inti dari sifat aktif seorang individu. Motivasi intrinsik mengacu pada keterlibatan seseorang dalam kegiatan yang sepenuhnya dilakukan untuk kesenangan itu berasal dari suatu kegiatan yang dilakukannya bukan dari sumber alasan eksternal. Seseorang termotivasi secara intrinsik Ketika dia melakukan kegiatan atau pekerjaan secara sukarela, tanpa harapan tidak ada imbalan materi atau alasan eksternal (Bhaduri & Kumar, 2009).

Intrinsic Motivation adalah jenis motivasi yang sepenuhnya ditentukan oleh diri sendiri, atau dimotivasi oleh tugas, minat dan kesenangan. Individu termotivasi secara intrinsik Ketika mereka memperoleh manfaat langsung dari aktifitas itu sendiri (Deci & Ryan, 1985). Karyawan yang termotivasi secara intrinsik cenderung menunjukkan ketekunan (Vallerand, 1992). Dan menunjukkan kinerja yang lebih tinggi dan komitmen efektif (Kuvaas *et al.*, 2017). Motivasi instrinsik secara khusus dianggap penting untuk kreativitas (Amabile

et al., 1996), karena kondusif untuk ketekunan, pengaruh positif, dan kebaruan (Oldham & Cummings, 1996).

Scott & Bruce, (1994) menunjukan bahwa penelitian tentang perilaku kerja inovatif pada dasarnya adalah studi tentang apa yang memotivasi perilaku inovatif individu dan motivasi merupakan inti dari perilaku kerja inovatif. Motivasi intrinsik mengacu pada orang-orang yang berpartisipasi dalam kegiatan di mana motivasi untuk melakukannya terletak pada perilaku atau Tindakan itu sendiri (Deci *et al.*, 2017). Motivasi intrinsik adalah motivasi Ketika pekerja termotivasi untuk melakukan apa yang mereka anggap menarik dan menyenangkan, dan hal ini sering dikaitkan dengan kesejahteraan mental yang baik (Kotera *et al.*, 2022).

Motivasi intrinsik sering kali dinyatakan sebagai semangat untuk bekerja. Pekerja yang termotivasi secara intrinsik merasa bahwa aktifitas kerja itu sendiri sudah merupakan hadiah bagi mereka. Sebaliknya, motivasi ekstrinsik adalah Ketika karyawan bekerja karena mengarah pada imbalan eksternal seperti uang dan/atau ketenaran. Secara umum, motivasi intrinsik dikaitkan dengan hasil organisasi yang positif ternasuk Kesehatan mental yang baik, sedangkan motivasi ekstrinsik dikaitkan dengan yang negative seperti Kesehatan mental yang buruk dan rasa malu terhadap masalah Kesehatan mental (Kotera *et al.*, 2020, 2022).

Individu termotivasi secara intrinsik Ketika mencari *enjoyment, interest, satisfaction of curiosities, self-expression*, atau *personal challenge* dalam pekerjaan (Amabile, 1993).

Motivasi intrinsik adalah bagian endogen dari keterlibatan seseorang dalam aktifitas; mereka muncul dari perasaan orang tersebut tentang aktivitas tersebut, dan mereka selalu terikat dengan pekerjaan itu sendiri (Amabile, 1993).

Motivasi intrinsik dapat didefinisikan sebagai “motivasi seseorang oleh pekerjaan itu sendiri, tanpa control eksternal yang mengatur perilaku seseorang” (Esrari *et al.*, 2012). Seseorang yang termotivasi secara intrinsik juga termotivasi untuk kesenangan atau kesempatan, dengan emosi yang timbul dari pekerjaan atau tugas, bukan daripada kebutuhan, keinginan, atau imbalan ekstrinsik.

Meskipun motivasi intrinsik juga berubah dari waktu ke waktu sesuai dengan karakteristik individu, sifat pekerjaan, proses intrapersonal atau lingkungan tempat mereka bekerja, motivasi intrinsik menciptakan keinginan internal bagi individu untuk mencapai yang terbaik dan berkembang kapasitas mereka sendiri (Cetin & Basim, 2016).

Menurut Deci & Ryan, (2000) motivasi intrinsik dapat didefinisikan sebagai melakukan suatu kegiatan untuk kepentingan sendiri. Yaitu, karena menarik dan menyenangkan dalam dirinya sendiri.

2. Faktor-faktor *Intrinsic Motivation*

Faktor yang mempengaruhi motivasi berkaitan dengan kepuasan kebutuhan. Motivasi didorong melalui pemenuhan kebutuhan psikologis dasar. Menurut (Gagné & Deci, 2005) kepuasan dalam terpenuhinya kebutuhan psikologis dasar merupakan dorongan dalam pengembangan motivasi. Kebutuhan psikologis dasar individu itu terdiri dari kompetensi, otonomi dan keterhubungan merupakan kebutuhan yang mendasar dan universal untuk kebahagiaan manusia

Self-determination theory Deci & Ryan, (1980) menyatakan bahwa kebutuhan manusia akan *Competence, achievement, dan autonomy* akan mendorong motivasi intrinsik.

Dalam *Cognitif Evaluation Theory* (CET) Deci & Ryan, (1980), yang merupakan subteori dari teori “*Self-determination Theory*” motivasi intrinsik dapat memfasilitasi atau bahkan melemahkan, tergantung pada faktor social dan lingkungan yang berperan.

Tiga kebutuhan psikologis yang harus dipenuhi untuk motivasi intrinsik.

- (a) Kompetensi; agar aktivitas yang dilakukan menghasilkan perasaan pengembangan diri dan efikasi.
- (b) Otonomi; sehingga pelaksanaan kegiatan yang dipilih merupakan inisiatif atau penentuan diri sendiri.
- (c) *Relatedness* (keterkaitan)

2.2.3 *Creative Self-Efficacy*

1. Definisi

Menurut Bandura, (1997), efikasi diri kreatif adalah bentuk spesifik dari efikasi diri milik Bandura yang berarti keyakinan individu pada kemampuannya untuk mengerahkan motivasi, sumber daya kognitif dan tindakan-tindakan yang dibutuhkan agar bisa memenuhi tuntutan pada situasi tertentu dan untuk memproduksi sesuatu atau keluaran yang kreatif atau untuk melakukan tugas-tugas tertentu dalam proses inovasi (Hsu *et al.*, 2011; Tierney & Farmer, 2002) Keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk memproduksi hasil yang kreatif, baru, dan berguna.

Kreatif yang diturunkan dari gagasan keyakinan yang berkaitan dengan kapasitas diri dalam hal pengetahuan, ketrampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk kinerja kreatif Bandura, (1997) merupakan konsep efikasi diri. Tierney & Farmer, (2002, 2011) mendefinisikan efikasi diri kreatif sebagai level anutan setiap individu terkait kemampuannya dalam menghasilkan sesuatu yang kreatif. Selain itu, meningkatkan kepercayaan yang tinggi dari efikasi diri kreatif individu mampu memberikan penambahan informasi dan wawasan yang menyeluruh dalam penyelesaian pekerjaan. (Tierney & Farmer, 2002). Tierney & Farmer, (2011) menyatakan terdapat salah satu hal yang memperlihatkan tingginya efikasi diri kreatif yakni Ketika individu tersebut mempunyai keyakinan internal yang dalam hal ini

mampu dia Yakini dan tampil dengan kreativitas yang unggul. Seorang karyawan tentu dapat memecahkan masalah dengan melakukan kegiatan kreatif, efikasi diri kreatif (Mittal & Dhar, 2015).

Berdasarkan definisi umum Bandura tentang *Self Efficacy* sebagai kapasitas yang dirasakan sesuai target, kami mendefinisikan efikasi diri kreatif sebagai keyakinan bahwa seseorang memiliki kemampuan untuk menghasilkan hasil yang kreatif. Para creator memiliki sperangkat konsep diri inti yang kondusif untuk Upaya kreatif (Mumford & Gustafson, 1988).

Meskipun konsep efikasi diri kreatif kita seharusnya berada dalam spektrum citra diri yang mencirikan individu kreatif (Barron & Harrington, 1981), konsep ini juga unik dari konsep-konsep diri lainnya. Sedangkan harga diri dan kepercayaan diri adalah perasaan yang luas dan umum, efikasi diri adalah penilaian kapasitas yang dibuat di arena yang lebih sempit (Bandura, 1997). Karena bersifat spesifik terhadap kreativitas, efikasi diri kreatif juga berbeda dari efikasi diri umum, yang mencerminkan keyakinan secara keseluruhan terhadap kemampuan seseorang di berbagai domain (Chen *et al.*, 2001).

2. Manfaat *Creative Self-Efficacy*

Pentingnya *self-efficacy* dalam kehidupan sehari-hari tentunya memiliki manfaat bagi seseorang. Menurut Lunenburg, (2011) *self-efficacy* memiliki manfaat sebagai berikut:

- a. Keyakinan diri mempengaruhi tujuan seseorang untuk memiliki pekerjaan untuk dirinya sendiri, seseorang dengan Tingkat keyakinan diri yang rendah cenderung menetapkan tujuan yang relative rendah, sebaliknya seseorang dengan Tingkat keyakinan diri tinggi maka akan menetapkan tujuan yang tinggi pula.
- b. Keyakinan diri mempengaruhi pembelajaran serta mengarahkan seseorang saat bekerja. Seseorang dengan keyakinan diri yang tinggi akan bekerja keras dan berusaha belajar menyelesaikan tugas baru, karena orang tersebut memiliki keyakinan yang tinggi untuk mencapai keberhasilan. Sedangkan seseorang yang memiliki keyakinan diri yang rendah maka akan sedikit berusaha untuk belajar menyelesaikan tugas yang kompleks karena usahanya diyakini tidak akan berhasil.
- c. Keyakinan diri mempengaruhi ketekunan seseorang dalam menyelesaikan tugas baru dan sulit. Seseorang dengan keyakinan diri yang tinggi yakin bahwa dapat belajar dan melakukan tugas tertentu, sehingga dapat bertahan. Ketika terjadi masalah. Sedangkan dengan keyakinan diri yang rendah maka cenderung

menyerah jika terjadi masalah meskipun belum mengerjakan atau menyelesaiakannya.

3. Indikator *Creative self-efficacy*

Menurut (Tierney & Farmer, 2002), tiga Indikator berikut digunakan untuk mengukur efikasi diri kreatif:

- a. Pandai menghasilkan ide-ide baru

Mampu memperoleh gagasan yang belum pernah ditemukan sebelumnya sehingga hal tersebut terlihat baru dan menarik.

- b. Kemampuan memecahkan masalah secara kreatif

Suatu Tindakan untuk menyelesaikan masalah dengan sudut pandang lain sehingga masalah dapat selesai dengan cepat dan efisien.

- c. Memiliki kemampuan pengembangan gagasan dengan baik

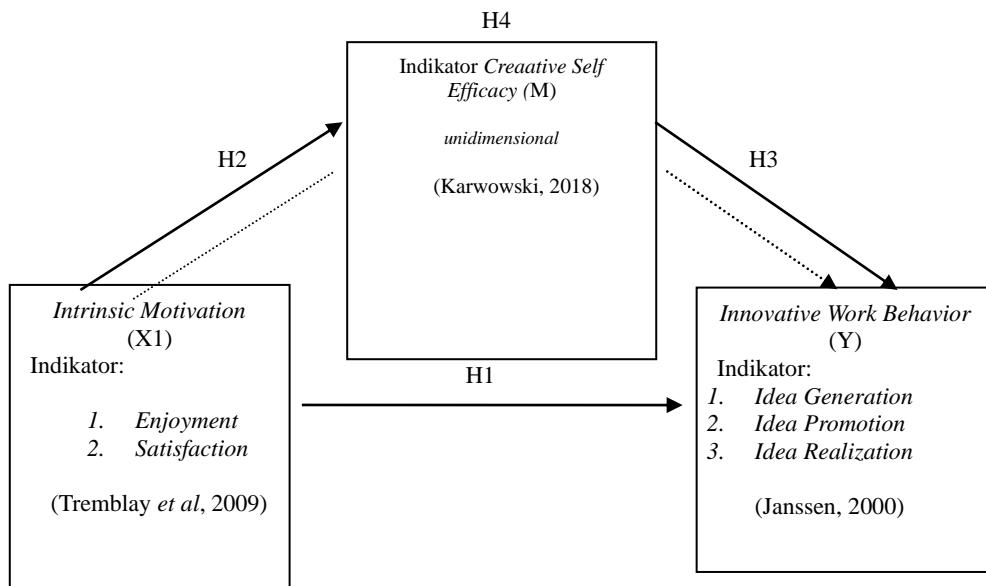
Pemikiran seseorang untuk menyampaikan ide secara rinci, jelas dan struktur terhadap apa yang dipikirkan sehingga membuat orang lain menjadi paham apa yang dimaksudnya.

2.3 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono, (2013), kerangka pemikiran merupakan alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap objek yang dituju. Jadi kerangka berpikir merupakan alur yang dijadikan pola berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap suatu objek yang dapat menyelesaikan arah rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Berdasarkan pandangan diatas, maka pelaksanaan model Pengaruh *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior* dengan *Creative self-efficacy* sebagai variabel mediasi pada UMKM di Mall UKM Kota Cirebon” dapat disajikan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut.

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang saling berkaitan, yakni variabel bebas (Independen) merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan pada variabel terikat (dependen), dan variabel (intervening). Dalam penelitian ini. *Intrinsic Motivation* sebagai variabel bebas (X1) *Intrinsic Motivation* terdiri dari 3 *items* yang di adopsi (Tremblay *et al.*, 2009) *Creative self-efficacy* sebagai variabel (Intervening), terdiri dari enam item yang di adopsi Karwowski *et al.*, (2018) *Innovative Work Behavior* sebagai variabel terikat (Y) terdiri dari tiga dimensi dan 9 items yang di adopsi oleh (Janssen, 2000).

2.3.1 Pengaruh *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior*

Amabile *et al.*, (1996) menyatakan bahwa motivasi intrinsik memprediksi perilaku kreatif di tempat kerja dan kreatifitas membuat inovasi terjadi. Inovasi adalah realisasi dari pemikiran kreatif. Namun, untuk mengeluarkan ide-ide kreatif dan inovatif, dibutuhkan kebebasan dan otonomi. Teori *Self Determined* Gagné & Deci, (2005) menunjukan bahwa bentuk-bentuk motivasi otonom ditunjukan melalui kreativitas. Faktanya orang yang lebih termotivasi secara intrinsik lebih kreatif Grant & Berry, (2011) karena mereka cenderung lebih ingin tahu. Motivasi intrinsik sebagai dasar bagi individu untuk melakukan Tindakan inovatif di tempat kerja (Amabile, 1988). Oleh karena itu, motivasi intrinsik dapat mendorong terjadinya perilaku kerja inovatif yang didukung oleh penelitian yang dilakukan (Devloo *et al.*, 2015).

2.3.2 Pengaruh *Intrinsic Motivation* terhadap *Creative self-efficacy*

kreativitas memerlukan Tingkat Intrinsik Motivasi yang lebih tinggi, penting untuk mendorong karyawan untuk bekerja keras guna mencapai terobosan (Laforet, 2011). Menurut Ryan & Deci, (2020) Dalam perkembangan teori *Self-Determination* menegaskan bahwa motivasi intrinsik secara signifikan meningkatkan kreativitas diri dengan mendukung perasaan otonomi dan keterlibatan dalam tugas. Individu yang termotivasi secara intrinsik merasa lebih percaya diri dalam kemampuan kreatif mereka karena terlibat secara penuh dalam aktivitas yang mereka

anggap memuaskan dan berarti. *Creative self-efficacy* berkaitan dengan kemampuan menghasilkan keluaran yang kreatif, dan dapat mencerminkan motivasi intrinsik untuk terlibat dalam aktivitas kreatif (Tantawy *et al.*, 2021).

2.3.3 Pengaruh *Creative self-efficacy* terhadap *Innovative Work Behavior*

Menurut Etikariena & Muluk, (2014) tipe karyawan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif karyawan. Hal ini dikarenakan Ketika karyawan memiliki kepribadian yang mendorong perubahan-perubahan diri kearah yang lebih baik maka karyawan juga akan mendorong untuk selalu memperbaiki dirinya. Karyawan dengan kemampuan inovatif dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan organisasi dengan mengembangkan, mempromosikan dan menerapkan ide-ide baru dan berguna untuk meningkatkan produk, layanan dan prosedur kerja yang disebut sebagai perilaku kerja inovatif (Janssen, 2000).

Ketika karyawan melakukan perubahan-perubahan yang lebih baik maka karyawan akan berusaha mencari alternatif-alternatif solusi agar dirinya tidak kembali menjadi pribadi yang ditinggalkan. Komponen *self-efficacy* memiliki hubungan yang paling kuat terhadap perilaku kerja inovatif (Rulevy & Parahyanti, 2016) Komponen *self-efficacy* merupakan keyakinan individu dengan kemampuan yang dimiliki untuk melihat tantangan menjadi sebuah hal yang dapat diatasi dengan usaha dan kerja

keras yang dilakukan (Luthans *et al.*, 2007). Efikasi diri kreatif dibutuhkan agar individu bisa mengatasi ketidakpastian dan kegagalan dalam proses inovasi (Hsu *et al.*, 2011). Konsep efikasi diri kreatif dikembangkan dari *self-efficacy* dan didefinisikan sebagai keyakinan atau (kepercayaan diri) yang mencerminkan kepercayaan diri seseorang pada kemampuannya saat melakukan tugas inovasi (Tierney & Farmer, 2002, 2011).

2.3.3 Pengaruh *Creative self-efficacy* memediasi *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior*

Jika organisasi ingin meningkatkan perilaku inovatif, mereka perlu memprioritaskan untuk menciptakan dan mempromosikan lingkungan kerja yang menumbuhkan motivasi karyawan dan mempekerjakan karyawan dengan *Creative self-efficacy* yang tinggi, seorang manajer harus memastikan bahwa karyawan menempati pekerjaan yang mereka minati, dan terlibat di dalamnya, memberikan otonomi untuk bertindak secara mandiri, untuk membuat pilihan dan untuk mengekspresikan pendapat mereka secara bebas dan untuk mengevaluasi peluang, memberikan otoritas dan tanggung jawab yang terkait dengan pekerjaan agar memastikan karyawan termotivasi secara intrinsik. Ketika kondisi diatas disediakan maka *Creative self-efficacy* akan membuat karyawan lebih bersedia untuk terlibat dalam perilaku inovatif saat mereka melakukan pekerjaan mereka. Hal ini terutama akan berkontribusi pada kinerja organisasi, yang beroperasi di sektor-sektor dengan perysaratan inovasi yang tinggi (Karadeniz *et al.*, 2021).

2.4 Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka konseptual diatas, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

- a. H1 : *Intrinsic Motivation* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior*
- b. H2 : *Intrinsic Motivation* berpengaruh terhadap *Creative Self Efficacy*
- c. H3 : *Creative self-efficacy* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior*
- d. H4 : *Creative self-efficacy* dapat memediasi *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behaviour*

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, (2017), adalah suatu metode penelitian yang mengumpulkan data numerik untuk menguji hipotesis atau menjelaskan fenomena dengan analisis statistic. Pendekatan ini juga berfokus pada pengukuran variabel secara objektif dan menggunakan Teknik statistik untuk menganalisis data dan membuat generalisasi dari sampel ke populasi yang lebih luas. Metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan yang akan digunakan untuk meneliti pada populasi serta sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif statistic.

variabel penelitian ini terdiri atas variabel independent, yaitu *Intrinsic Motivation* (X1), variabel mediasi yaitu *Creative self-efficacy* (z), dan variabel terikat yaitu *Innovative Work Behaviour* (Y). masing-masing merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, kecuali diukur dengan satu atau lebih variabel manifes. Setiap Indikator terdiri dari beberapa item, yang dijabarkan melalui butir-butir pertanyaan dalam instrumen penelitian.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono, (2017) variabel adalah atribut atau sifat atau karakteristik atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai ciri-ciri

tersendiri yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Berdasarkan rumusan masalah dan perumusan hipotesis yang akan dianalisa dalam penelitian ini, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.2.1 Variabel Bebas

Variabel bebas yaitu yang menyebabkan timbulnya variabel terikat atau memberikan pengaruh kepada variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Intrinsic Motivation*.

3.2.2 Variabel Terikat

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Innovative Work Behaviour*.

3.2.3 Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang terletak di antara variabel independent dan dependen, sehingga variabel independent tidak langsung mempengaruhi perubahan pada variabel dependen. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah *Creative self-efficacy*.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	No.	Scale
<i>Intrinsic Motivation</i>	Motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena	1. <i>Enjoyment</i>	1	Likert
		2. <i>Satisfaction</i>	2	

	dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Sudirman (2005)		3	
<i>Creative self-efficacy</i>	Keyakinan atau kemampuan seseorang untuk mengatasi perasaan putus asa atau tidak mampu menyelesaikan masalah yang dihadapi	<i>unidimensional</i>	1 2 3 4 5	Likert
<i>Innovative Work Behavior</i>	Perilaku inovatif adalah kemampuan dalam menciptakan dan mengembangkan ide-ide	1. <i>Idea Generation</i> 2. <i>Idea Promotion</i> 3. <i>Idea Realization</i>	1 2 3 4 5 6 7 8	Likert

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2017) populasi dalam penelitian adalah keseluruhan subjek atau unit analisis yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi focus dalam penelitian. Populasi mencakup semua individu atau objek yang memenuhi kriteria penelitian dan dari mana sampel akan diambil. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah 110 Pelaku Usaha UMKM Kota Cirebon.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2017) sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian. Sampel digunakan untuk mengumpulkan data yang kemudian dianalisis untuk menarik Kesimpulan mengenai populasi yang lebih besar. Sugiyono, (2017) Teknik sampling jenuh adalah metode pengambilan sampel di mana seluruh anggota populasi yang memenuhi kriteria penelitian dipilih sebagai sampel. Menurut Sekaran & Bougie, (2016) ketika populasi relative kecil, seperti di bawah 200, sering kali lebih disarankan untuk menggunakan seluruh populasi sebagai sampel atau melakukan sensus untuk memastikan akurasi data. Sehingga sampel yang harus digunakan adalah 110 orang responden atau seluruh pelaku usaha UMKM kota Cirebon yang bekerjasama dengan Mall UKM.

3.4 Waktu dan Tempat Penelitian

3.4.1 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, detail kegiatan dan waktu pelaksanaan sesuai dengan tabel dibawah ini.

Tabel 3. 2 Waktu Pelaksanaan

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2024															
		April			Mei			Juni			Juli			Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																
2	Pemantapan Judul																
3	Pengumpulan Data																
4	Pra Survey																
5	Penyusunan BAB I																
6	Penyusunan BAB II & III																

- | | | |
|----|-------------------------|--|
| 7 | Sidang Proposal | |
| 8 | Penyebaran Kuesioner | |
| 9 | Pengolahan Data | |
| 10 | Penyusunan BAB IV
&V | |
| 11 | Sidang Skripsi | |
-

3.4.2 Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM dalam binaan DKUKMPP Kota Cirebon. Di Jl. DR. Cipto Mangunkusumo No.20, Sunyaragi, Kec. Kesambi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45132.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Menurut Sugiyono, (2017), data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber utamanya untuk tujuan penelitian tertentu. Data ini diperoleh melalui metode pengumpulan data seperti wawancara, kuesioner, observasi, atau eksperimen. Data primer memberikan informasi yang spesifik dan relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian, serta mencerminkan kondisi atau fenomena yang sedang diteliti pada waktu dan tempat yang tepat.

Adapun teknik pengumpulan data lain untuk mengecek dan memperbaiki kebenaran data dari kuesioner yang telah diisi, yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara. Data primer berisi tanggapan responden mengenai pengaruh variabel *Intrinsic Motivation*, *Creative self-efficacy*, dan *Innovative Work Behavior* pada UMKM di Kota Cirebon.

3.5.2 Data Sekunder

Sugiyono, (2017) berpendapat bahwa data sekunder adalah data yang diperolah dari sumber yang sudah ada dan tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu. Data ini berasal dari dokumen, laporan, artikel, statistic, atau data yang dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya. Data sekunder sering digunakan untuk mendukung penelitian dengan menyediakan informasi yang relevan, menghemat waktu dan biaya, serta memberikan konteks tambahan bagi analisis data primer.

Data sekunder digunakan sebagai bahan referensi untuk Menyusun teori-teori yang berhubungan dengan objek peneliti.

3.5.3 Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang berupa serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang dirancang untuk memperoleh informasi dari responden. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data secara sistematis dan terstruktur mengenai variabel-variabel yang diteliti.

3.5.4 Metode Pengumpulan Data

berdasarkan variabel-variabel Indikator dalam penelitian ini, penulis mengembangkannya menjadi instrument penelitian dan menggunakan Teknik pengumpulan data melalui pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Menurut Sugiyono, (2017) kuesioner atau angket adalah Teknik pengumpulan data yang berisi pertanyaan atau pertanyaan

tertulis bersifat tertutup atau terbuka yang dijukukan kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert, menurut Sugiyono, (2017) skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial yang terjadi. Berdasarkan skala likert jawaban setiap instrument kuesioner mempunyai bobot skor seperti tercantum pada table berikut ini:

Tabel 3. 3 Skala Model Likert

Jawaban	kode	Bobot skor
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, (2017)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS, dikarenakan dalam penelitian ini memiliki variabel laten yang memiliki banyak Indikator untuk mengukur variabel-variabel yang ada di dalam penelitian. Selain itu terdapat hubungan antar variabel Dimana dibutuhkan oengujian mediasi sehingga penelitian ini cocok untuk di analisis menggunakan PLS-SEM. Menurut Hair *et al.*, (2017) SmartPls adalah alat untuk analisis model structural dan pengukuran yang

berbasis pada Teknik PLS-SEM (*Partial Least Squares Structural Equation Modeling*). *SmartPLS* memungkinkan peneliti untuk menguji dan memvalidasi model teori dengan data yang tidak harus memenuhi asumsi normalitas. Teknik ini berguna untuk memodelkan hubungan kausalitas dan mengukur hubungan antar variabel latern dan indikatornya. Metode PLS terdiri dari dua bagian: model pengukuran dan model structural. Pertama, reliabilitas dan validitas model pengukuran diverifikasi, setelah itu analisis jalur diterapkan untuk memvalidasi hipotesis (Henseler *et al.*, 2009).

Alat bantu yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data penelitian ini adalah *SmartPLS* versi 3 dan *Microsoft excel*. *SmartPLS* adalah aplikasi popular yang digunakan untuk menganalisis data dengan Teknik PLS-SEM (Henseler & Ringle, 2012). *SmartPLS* akan digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan analisis dengan Teknik PLS-SEM dan *Microsoft Excel* digunakan untuk mendukung pemrosesan dan pengorganisasian data kuesioner dan pengujian.

3.6.1 Uji Measurment Model (Outer Model)

Uji *measurement model* digunakan dalam penelitian ini sebagai outer model untuk memastikan variabel dan instrument pengukuran atau Indikator yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai validitas dan reliabilitas yang memadai serta memastikan bahwa pengukuran yang dilakukan konsisten pada seluruh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Uji *measurement model* dalam analisis data menggunakan PLS-SEM terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

3.6.1.1 Uji Validitas

1. Uji validitas konvergen

Uji validitas convergen merupakan Teknik untuk mengukur korelasi atau hubungan antar instrument pengukuran dengan konstruknya dalam penelitian Cohen *et al.*, (2018) tujuan dilakukannya uji validitas konvergen ini adalah untuk memastikan bahwa serangkaian indicator atau item yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk benar-benar mencerminkan konstruk tersebut secara konsisten (Hair *et al.*, 2017). Menurut Hair *et al* (2017) Uji validitas konvergen dapat dilakukan dengan melihat nilai berdasarkan:

- a. *loading factor*, indicator yang memuat pada suatu konstruk seharusnya memiliki loading faktor yang signifikan dan biasanya lebih besar dari 0.70. ini menunjukan bahwa indicator tersebut secara substansial berkorelasi dengan konstruk yang diukur.
- b. *Average variance extracted (AVE)*, validitas konvergen juga diuji dengan mengukur AVE untuk setiap konstruk. AVE dihitung dengan mengambil rata-rata kuadrat dari loading faktor indicator-indikator yang memuat pada konstruk tersebut. Sebuah konstruk dianggap memiliki validitas konvergen yang baik jika nilai AVE-nya lebih

besar dari 0,50. Ini berarti bahwa konstruk tersebut menjelaskan lebih dari 50% varians dari indicator-indikatornya.

2. Uji validitas diskriminan

Menurut hair *et al* (2017), validitas diskriminan mengukur sejauh mana suatu konstruk berbeda dari konstruk lainnya dalam model. Kriteria pengujian validitas diskriminan dalam penelitian ini menggunakan nilai dari *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

Kriteria pengukuran menggunakan nilai *Heterotrait – Monotrait Ratio* (HTMT), adalah metode yang lebih baru dan dianggap lebih kuat. Validitas diskriminan dianggap memadai jika rasio HTMT antara konstruk-konstruk tidak melebihi nilai ambang batas tertentu biasanya 0,90.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Hair *et al.*, 2017) uji reliabilitas sangat penting untuk memastikan bahwa alat ukur (instrumen) menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil. Dalam konteks PLS-SEM, uji reliabilitas melibatkan dua komponen utama: reliabilitas indikator dan reliabilitas konstruk. Kriteria pengujian reliabilitas adalah:

- a. *Cronbach's Alpha*, untuk mengukur konsistensi internal dari indicator-indikator yang memuat konstruk. Nilai *Cronbach's*

Alpha yang lebih tinggi dari 0.70 menunjukan reliabilitas internal yang baik.

- b. *Composite Reliability*, untuk mengukur seberapa baik indikator-indikator berkorelasi dengan konstruknya secara keseluruhan. Nilai *composite reliability* yang lebih tinggi dari 0.70 menunjukan reliabilitas yang baik.

3.6.2 Uji *Structural Model (Inner Model)*

Model structural dalam penelitian ini digunakan sebagai *inner model* dalam analisis PLS-SEM untuk memeriksa hubungan antar konstruk model penelitian. *Model structural* ini akan menentukan hubungan antar konstruk dalam hal besaran dan signifikansi koefisien jalur di antara konstruk-konstruk yang digunakan dalam penelitian melalui beberapa tahap.

3.6.2.1 Uji *Coefficient of Determination R²*

uji *R-Square* dalam PLS-SEM adalah ukuran untuk menilai variabilitas dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam *model structural* (Henseler *et al.*, 2015). Hair *et al.*, (2017) menjelaskan ketentuan dari *R square* dalam pengukuran variabilitas dapat bernilai antara 0 dan 1 dimana nilai 0.75, 0.50, dan 0.25 secara berturut-turut menunjukan kategori nilai dikatakan kuat, moderat, dan lemah dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

3.6.2.2 Uji *Goodness Of Fit* (GoF)

Goodness Of Fit dalam inner model PLS-SEM mengacu pada evaluasi model PLS-SEM yang diusulkan dalam penelitian sesuai dengan data yang dikumpulkan (Hair *et al.*, 2017). Hair *et al.*, (2017) *Goodnes of Fit* adalah ukuran yang digunakan untuk menilai seberapa baik model yang dihipotesiskan sesuai dengan data yang diamati. Dalam konteks model persamaan struktural (SEM), GoF digunakan untuk menentukan sejauh mana model yang dikembangkan berdasarkan teori atau hipotesis konsisten dengan data empiris.

Kriteria pengujian menggunakan nilai *Standard Root Square Residual* (SRMR), nilai SRMR yang kecil dibawah < 0.10 menunjukan bahwa model fit dengan data.

3.6.2.3 Uji *Effect Size* (F)

Uji *F-Square* digunakan dalam inner model PLS-SEM untuk mengukur kekuatan pengaruh dari variabel independent terhadap variabel lain. Hair *et al.*, (2017) menjelaskan ketentuan dari *F-Square* yang memiliki nilai 0.02, 0.15, dan 0.35 secara berurut menunjukan kategori F-Square kecil, sedang, dan besar.

3.6.3 Uji Hipotesis

1. Analisis *Direct Effect* (pengaruh langsung): *path coefficients* (koefisien jalur)

analisis *direct effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel independent terhadap variabel dependen. Adapun kriterianya sebagai berikut:

a. *Path Coefficient* (koefisien jalur)

- (1) jika nilai *path coefficient* (koefisien jalur) adalah positif, maka pengaruh suatu variabel independent terhadap variabel dependen adalah searah atau naik, maka nilai variabel dependen juga meningkat atau naik.
- (2) Jika nilai *path coefficient* adalah *negative*, maka pengaruh suatu variabel independent terhadap variabel dependen adalah berlawanan, jika nilai suatu variabel independent meningkat atau naik, maka nilai variabel dependen juga menurun.

b. Nilai probabilitas/signifikansi (*p-values*)

- (1) nilai *p-values* < 0.05 maka berpengaruh signifikan
- (2) nilai *p-values* > 0.05 , maka pengaruh variabel tidak signifikan

2. Analisis *Indirect Effect* (pengaruh tidak langsung)

analisis pengaruh tidak langsung berguna untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen yang dimediasi oleh variabel mediator atau intervening. Variabel *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior* dimediasi oleh *Creative*

self-efficacy. Pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini, dilihat dari hasil *bootstrapping* kolom *specific indirect effect*.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM yang ada di Kota Cirebon. Peneliti memperoleh data dari kuesioner yang telah disebarluaskan dengan menggunakan *google form* dan mendapatkan responden sebanyak 110.

Karakter responden menjelaskan tentang profil responden pelaku usaha UMKM. Terdiri dari jenis kelamin, usia, jenis usaha, lama menjalankan usaha, pendapatan/bulan. Pelaku usaha UMKM adalah individu yang menjalankan sebuah usaha dan tentunya pelaku usaha tersebut harus diklasifikasikan berdasarkan jenis kelaminnya. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	28	25,5%
Perempuan	82	74,5%
Jumlah	110	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil dari tabel 4.1 karakteristik responden di atas diketahui bahwa sebanyak 28 orang pelaku usaha adalah laki-laki dan sisanya di dominasi oleh Perempuan dengan perolehan sebanyak 82 orang sama dengan 74,5 %. Implikasi dari hasil ini yaitu banyaknya pelaku usaha yang berjenis kelamin perempuan sejalan dengan jenis usaha yang dipilih yaitu lebih banyak dibidang kuliner (*F&B*) dari hasil ini bisa disimpulkan bahwa minat perempuan dalam menjalankan bisnis/usaha dibidang kuliner sangat besar implikasi ini

sejalan berdasarkan (Maharani, 2024) data dari hasil penelitian yang dilakukan oleh *Stellar Women* dan *Survei Boston Consulting Group* menyatakan bahwa sektor makanan dan minuman (F&B) menjadi jenis usaha yang paling banyak dilakukan oleh pengusaha Perempuan. Hal ini diasumsikan karena pengusaha Perempuan lebih tertarik pada industri yang mereka merasa nyaman untuk dikelola secara *end-to-end*.

Hasil ini juga sejalan dengan survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia Putri, C. A. (2022) bahwa sekitar 65% UMKM dikelola oleh perempuan, yang mayoritasnya bergerak dibidang usaha makanan, minuman, dan busana.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Tingkat Usia	Jumlah	Presentase
1	21 – 30 tahun	18	16,4%
2	31 – 40 tahun	20	18,2%
3	41 – 50 tahun	44	40%
4	>50 tahun	28	25.5%
Total		110	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Usia berdasarkan hasil diperoleh bahwa mayoritas pelaku usaha UMKM berusia di rentang 41 – 50 tahun dengan total 44 orang, usia direntang >50 tahun dengan total 28 orang, usia direntang 30- 40 tahun dengan total 20 orang dan yang terakhir usia direntang 20 – 29 yaitu dengan total 18 orang. Menandakan bahwa pelaku usaha UMKM lebih banyak dijalani oleh orang-orang yang sudah berusia 40 tahun ke atas. Berdasarkan umur responden yang digunakan dalam penelitian ini, paling banyak adalah responden yang berumur antara 41-50 tahun yaitu sebanyak 40%. Hal tersebut menandakan bahwa

pelaku usaha yang menjalankan UMKM berusia diatas 40 tahun karena memiliki pengalaman kerja yang cukup matang. Hal tersebut terjadi karena pengelolaan UMKM akan lebih jika jika usia pelaku usaha lebih dewasa menjadikan pelaku usaha UMKM tersebut lebih teliti dan cermat serta memiliki ketelatenan saat bekerja. Hal ini sejalan dengan survey yang dilakukan FEB UI, 61% pemilik UMKM berumur lebih dari 40 tahun. Ketika individu di usia dewasa seringkali disertasi dengan refleksi hidup yang mendalam di mana individu mulai meragukan keputusan masa lalu atau merasakan ketidakpastian tentang masa depan, perasaan ini dapat mengurangi *intrinsic motivation* untuk menjalankan atau mengembangkan usaha.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

No.	Lama Usaha	Jumlah	Presentase
1	1 – 5 tahun	70	63,6%
2	6 – 10 tahun	22	20%
3	>10 tahun	18	16,4%
Total		110	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 Mayoritas pelaku usaha UMKM paling lama menjalankan usaha yaitu di rentang waktu 1 – 5 tahun dengan hasil sebanyak 70 orang (63,6%), kemudian 6 – 10 tahun 22 orang (20%) dan pelaku usaha UMKM yang menjalankan waktu paling lama yaitu >10 tahun (16,4) dengan perolehan 18 orang. Hasil tersebut menunjukan bahwa lama usaha pelaku usaha UMKM ada direntang waktu 1 – 5 tahun dengan hasil sebanyak 63,6 %. Hal ini menandakan bahwa dalam rentang waktu 1 – 5 tahun pelaku usaha sedang melakukan adaptasi pasar untuk menyesuaikan *feedback* dari pelanggan dan kondisi pasar. Dalam waktu 1- 5 tahun adalah masa yang penuh tantangan

tetapi juga penuh peluang bagi pelaku usaha untuk dapat mengenali peluang baru dan menyesuaikan strategi bisnis untuk lebih bisa memanfaatkan peluang. di dalam kurun waktu 1 – 5 tahun menjalankan bisnis memungkinkan pelaku usaha kehilangan motivasi dikarenakan jika perkembangan usaha tidak secepat yang diharapkan maka akan menurunkan motivasi intrinsik.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1	1.000.000 s,d 3.000.000	48	43,6 %
2	4.000.000 s,d 6.000.000	39	35,5 %
3	7. 000.000 s,d 10.000.000	10	9,1 %
4	> 10.000.000	13	11,8 %
Total		110	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan pada data tabel 4.4 menunjukan Pendapatan dari pelaku usaha UMKM di Kota Cirebon menunjukan bahwa 10 responden (9,1%) memiliki pendapatan 7.000.000 – 10.000.000. 13 responden (11,8%) memiliki pendapatan >10.000.000, 39 responden memiliki pendapatan 4.000.000 - 6.000.000, 48 responden (43,6%) memiliki pendapatan 1.000.000 - 3.000.000. maka dalam penelitian ini pelaku usaha UMKM Sebagian besar memiliki pendapatan/bulan sekitar 1.000.000 – 3.000.000. berdasarkan hasil tersebut dilihat dari besarnya pendapatan UMKM/tahun maka dapat disimpulkan bahwa usaha UMKM di Kota Cirebon mayoritas masuk ke dalam kategori Usaha Mikro dengan pendapatan bersih paling banyak /tahun Rp. 50.000.000.- (lima puluh juta rupiah).

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No.	Jenis Usaha	Jumlah	Presentase
1	<i>FAS</i>	8	7,3 %
2	<i>F&B</i>	97	88,2 %
3	<i>CRAFT</i>	5	4,5 %
	Total	110	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil dari tabel 4.5 mayoritas dari jenis usaha yang dijalani adalah *F&B* dengan hasil sebanyak 97 UMKM, dan kemudian ada usaha di bidang Fashion dengan hasil sebanyak 8 UMKM, yang terakhir ada *CRAFT* dengan perolehan sebanyak 5 UMKM. Hal ini sejalan dengan survey yang dilakukan oleh *Stellar Women* dan *Survei Boston Consulting Group* menyatakan bahwa sektor makanan dan minuman (*F&B*) menjadi jenis usaha yang paling banyak dilakukan oleh pengusaha Perempuan. Hal ini diasumsikan karena pengusaha Perempuan lebih tertarik pada industri yang mereka merasa nyaman untuk dikelola secara *end-to-end*.

4.1.1 Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian menggunakan eksplanatori dari data yang diperoleh menggunakan kuesioner penelitian berdasarkan pernyataan yang diajukan berpedoman pada variabel yang telah ditentukan yaitu *Intrinsic Motivation* (x), *Innovative Work Behavior* (y), dan *Creative self-efficacy* (z). tanggapan dari responden akan dijelaskan dengan menggunakan rata-rata dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$RS = m - 1 \quad m \quad RS = 5 - 1 \quad m \quad RS = 0,8$$

RS = Rentang Skala

M = Jumlah Skala (Jumlah pilihan jawaban)

Berdasarkan rumus diatas, didapatkan kategori penilaian sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Kategori Nilai

Rentang Skala	Kriteria Penilaian
1.00 – 1.80	Sangat Rendah
1.81 – 2.60	Rendah
2.61 – 3.40	Cukup
3.41 – 4.20	Tinggi
4.21 – 5.00	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono, (2017)

4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan alat ukur berupa *mean* guna mengetahui kategori dari masing-masing variabel. Berikut tabel penjelasan dari setiap variabel.

a. variabel *Intrinsic Motivation*

variabel *Intrinsic Motivation* diukur dengan menggunakan Indikator-indikator yang di modifikasi dari (Tremblay *et al.*, 2009). Indikator-indikator dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Intrinsic Motivation

No.	Indikator	SS	S	N	TS	STS	Total	Mean	Kategori
									Score
<i>Enjoyment</i>									
1.	Kesenangan mempelajari hal baru	56	41	9	3	1	478	4.35	Sangat tinggi
<i>Satisfaction</i>									
2.	Kepuasan menghadapi tantangan menarik	49	53	3	4	1	475	4.32	Sangat tinggi
3.	Kepuasan dalam menghadapi pekerjaan yang sulit	48	49	10	3		472	4.29	Sangat tinggi
Jumlah							1425	12.95	Sangat Tinggi
Rata-Rata							475	4.31	

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan data tersebut, variabel *Intrinsic Motivation* memiliki keseluruhan nilai *mean* sebesar 4.31, Dimana hasil tersebut berada dikisaran 4.21 sampai 5.00 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi yang artinya *Intrinsic Motivation* yang dimiliki pelaku usaha UMKM sudah baik dilihat dari *mean* per Indikator. Indikator dengan *mean* terendah yaitu ‘kepuasan dalam menghadapi pekerjaan yang sulit’ hasil tersebut dikarenakan banyak UMKM yang tidak setuju karena pelaku usaha UMKM tidak mendapatkan kepuasan jika menghadapi pekerjaan/rintangan yang sulit, sedangkan *mean* tertinggi diperoleh oleh Indikator “kesenangan mempelajari hal baru” hasil ini dikarenakan para pelaku usaha UMKM mendapatkan kesenangan ketika mereka mempelajari hal-hal baru yang akan membantunya dalam menjalankan usaha, hal-hal baru yang berkaitan dengan produk, *packaging*, cara memasarkan produk, dan lain-lain. Dengan perolehan *mean* sebesar 4.35. sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memiliki *Intrinsic Motivation* yang sangat kuat karena pelaku usaha UMKM dengan sangat puas melakukan pekerjaannya, dengan mempelajari hal baru dan kepuasan dalam menghadapi tantangan yang dilalui oleh pelaku usaha UMKM saat menjalankan usaha UMKM.

b. variabel *Innovative Work Behavior*

variabel *Innovative Work Behavior* diukur dengan menggunakan 9 butir pertanyaan yang di modifikasi dari Indikator-indikator penelitian (Janssen,

2000), dengan merubah Indikator sesuai dengan objek penelitian menjadi pernyataan yang lebih sesuai.

Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Innovative Work Behavior

No.	Indikator	SS	S	N	TS	STS	Total Score	Mean	Kategori
<i>Idea Generation</i>									
1.	Membuat ide baru untuk isu yang sulit	43	57	6	3	1	468	4.25	Sangat tinggi
2.	Mencari metode, Teknik, dan instrument baru	36	58	12	4		456	4.15	Tinggi
3.	Menggeneralisasi solusi original untuk mengatasi masalah	39	50	16	4	1	452	4.11	Tinggi
<i>Idea Promotion</i>									
4	Memobilisasi dukungan untuk ide inovatif	56	48	4	2		488	4.44	Sangat tinggi
5	Membuat partner bisnis paling antusias untuk ide inovatif	55	43	10	2		481	4.37	Sangat tinggi
<i>Idea Realization</i>									
6	Mentransferkan ide inovatif kedalam aplikasi berguna	52	52	5	1		485	4.41	Sangat tinggi
7	Mengenalkan ide inovatif ke lingkungan kerja dengan cara sistematis	40	54	14	1	1	461	4.19	tinggi
8	Mengevaluasi utilitas dari ide inovatif	57	47	5	1		490	4.45	Sangat tinggi
Jumlah							3781	34.37	
Rata-rata							472	4.29	Sangat tinggi

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.5 di atas variabel *Innovative Work Behavior* memiliki nilai keseluruhan 4.29, Dimana hasil tersebut berada dikisaran 4.21 – 5.00 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi yang artinya *Innovative Work Behavior* yang dimiliki pelaku usaha UMKM sudah baik dilihat dari mean per Indikator. Indikator dengan *mean* tertinggi yaitu “mengevaluasi utilitas/manfaat dari ide inovatif” dengan perolehan *mean* sebesar 4.45, menandakan bahwa pelaku usaha UMKM sangat setuju karena untuk mengimplementasikan sebuah ide inovatif maka harus dilakukan evaluasi manfaat dari ide tersebut, dan indikator dengan *mean* terendah yaitu “mendapatkan persetujuan untuk ide inovatif”

dengan perolehan sebesar 4.11. menandakan bahwa pelaku usaha UMKM tidak harus mendapatkan persetujuan untuk menjalankan ide yang inovatif dikarenakan pelaku usaha UMKM adalah seseorang yang menjalankan usaha itu sendiri, sehingga pelaku usaha UMKM merasa tidak harus mendapatkan persetujuan dari ide-ide baru yang inovatif untuk perkembangan usaha mereka. sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memiliki *Innovative Work Behavior* yang sangat kuat karena pelaku usaha UMKM sudah mampu untuk melakukan inovasi untuk produk-produk atau usaha yang dilakukan.

c. Variabel *Creative self-efficacy*

Variabel yang terakhir yaitu *Creative self-efficacy* dengan 6 butir pernyataan yang di modifikasi dari (Karwowski *et al.*, 2018), dengan pernyataan yang disesuaikan dengan objek penelitian

Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Creative self-efficacy

No.	Indikator	SS	S	N	TS	STS	Total score	Mean	Kategori
1	Mempercayai kemampuan kreativitas diri sendiri	45	52	9	3	1	467	4.25	Sangat tinggi
2	Menyelesaikan masalah yang rumit dengan efisien	41	51	14	4		459	4.17	tinggi
3	Memiliki kemampuan dan imajinasi yang membedakan dengan teman-teman	42	49	15	4		459	4.17	Tinggi
4	Selalu membuktikan untuk mengatasi situasi yang rumit		50	19	3	1	449	4.08	Tinggi
5	Pandai mengusulkan Solusi untuk masalah yang membutuhkan kreativitas	37	56	12	3	1	457	4.15	tinggi
Jumlah							2291	20.83	Tinggi
Rata-Rata							458	4.16	

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan data tersebut variabel *Creative self-efficacy* memiliki keseluruhan *mean* sebesar 4.16 dimana hasil tersebut berada dikisaran 3.41

– 4.20 yang termasuk dalam kategori tinggi yang *artinya Creative self-efficacy* yang dimiliki para pelaku usaha UMKM sudah baik dilihat dari *mean* per Indikator, Indikator dengan *mean* tertinggi yaitu “mempercayai kemampuan kreativitas diri sendiri” dengan perolehan sebesar 4.25, ini menandakan bahwa pelaku usaha UMK memilki keyakinan dan kepercayaan diri bahwa mereka memiliki kemampuan yang kreatif dalam menjalankan sebuah usaha. dan Indikator dengan *mean* terendah yaitu memiliki “selalu membuktikan untuk mengatasi situasi yang rumit”, dengan perolehan sebesar 4.08. hal ini menunjukan bahwa pelaku usaha UMKM merasa tidak yakin bahwa dirinya mampu mengatasi situasi yang rumit dalam menjalankan bisnis atau usaha mereka. sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memiliki *Creative self-efficacy* atau rasa percaya diri yang baik karena pelaku usaha UMKM sudah merasa yakin atas kemampuannya menyelesaikan masalah secara kreatif untuk usahanya dan merasa percaya diri untuk mengusulkan solusi yang kreatif.

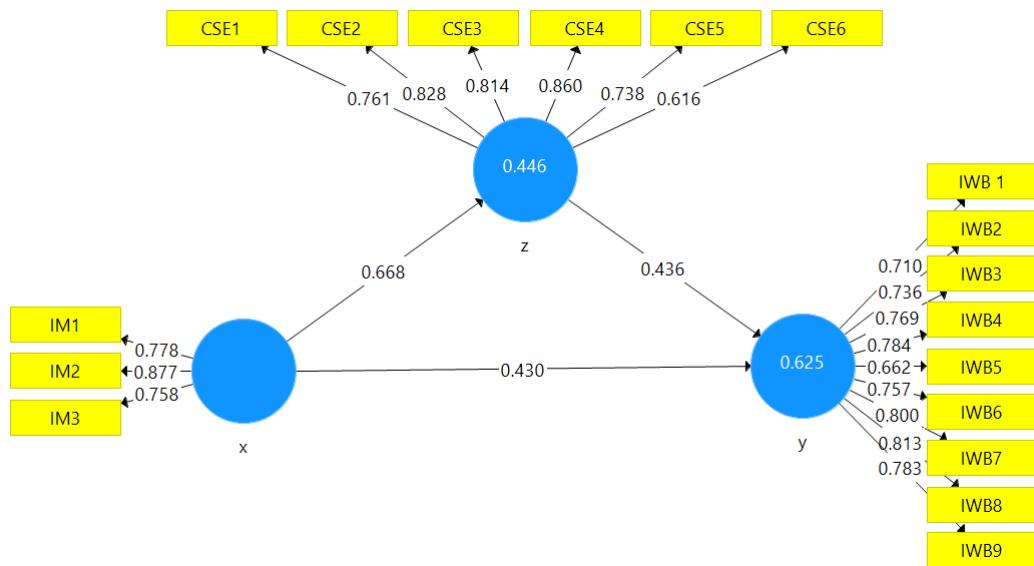
4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas penelitian didapat melalui beberapa tahapan, yaitu *convergent validity* dalam bentuk *outer loadings* (Loading Faktor) dengan kriteria > 0.70 dan *Average Variance Extranceted* (AVE) dengan kriteria > 0.50 serta *Discriminant Validity* dalam bentuk HTMT dengan kriteria pengukuran apabila nilai HTMT > 0.90 .

4.2.1.1 Uji Convergent Validity

Gambar 4. 1 Outer Model



Sumber: Output SmartPLS, 2024

dalam Gambar 4.1 menunjukkan bentuk awal model pengukuran validitas Indikator, pada model pengukuran validitas tersebut terlihat bahwa ada 2 indikator tidak valid karena masih terdapat Indikator yang memiliki nilai loading factor di bawah 0.70 atau tidak memiliki validitas konvergen yang baik. Oleh karena itu perlu di estimasi ulang model hubungan antar variabel dengan mengeluarkan Indikator yang masuk dalam kategori *loading factor* yang rendah, yaitu di bawah 0.70 agar memiliki validitas konvergen yang baik.

Berdasarkan hasil pengujian PLS, ada 2 variabel yang memiliki item Indikator tidak valid yaitu variabel *Innovative Work Behavior* dengan total Sembilan item dan satu item dinyatakan tidak valid yaitu IWB5 dengan nilai *loading factor* 0.662, dan variabel *Creative self-efficacy* dengan total enam item dan satu item dinyatakan tidak valid yaitu CSE6

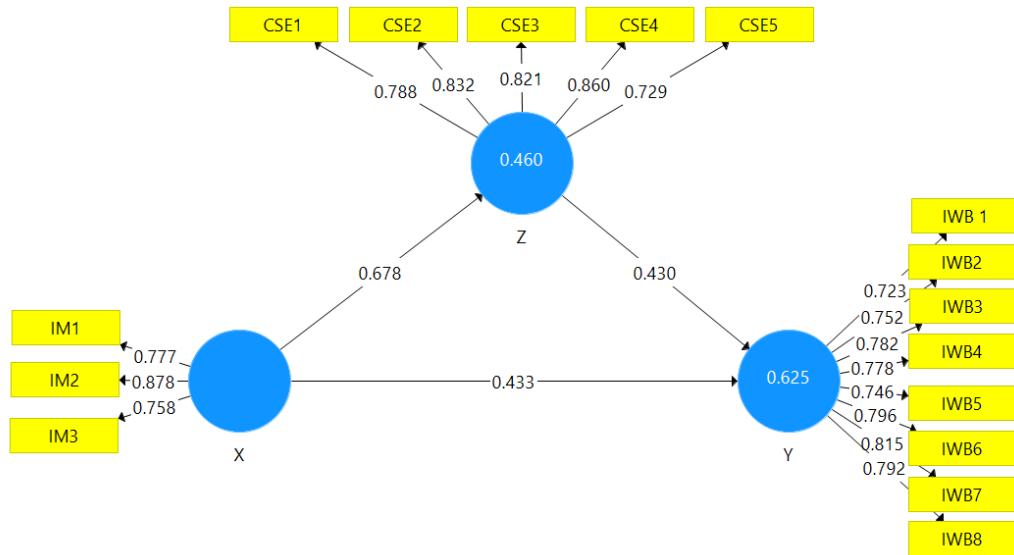
dengan nilai 0.616. 2 item Indikator tersebut tidak valid karena tidak memenuhi kriteria *loading factor* > 0.70 , sehingga harus dikeluarkan.

Tabel 4. 10 Discarded Statement Items

Variabel	Item Code	Loading Value
<i>Innovative work behavior</i>	IWB5	0.662
<i>Creative self-efficacy</i>	CSE6	0.616

Setelah item yang tidak valid dikeluarkan, model variabel di uji Kembali, sehingga bentuk akhir dari model pengukuran dapat dilihat pada Gambar 4.2 sebagai berikut;

Gambar 4. 2 Outer Model Kedua



Sumber: Output SmartPLS, 2024

Setelah dilakukan uji ulang dengan membuang item pertanyaan yang nilai loading faactornya kurang dari 0.70, maka diperoleh bahwa semua Indikator variabel telah memenuhi validitas konvergen.

Tabel 4. 11 Hasil Loading Factor

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of thumb	kesimpulan
<i>Intrinsic Motivation</i>	IM1	0.777	0.70	Valid
	IM2	0.878	0.70	Valid
	IM3	0.758	0.70	Valid
<i>Innovative work behavior</i>	IWB1	0.723	0.70	Valid
	IWB2	0.752	0.70	Valid
	IWB3	0.782	0.70	Valid
	IWB4	0.778	0.70	Valid
	IWB5	0.746	0.70	Valid
	IWB6	0.796	0.70	Valid
	IWB7	0.815	0.70	Valid
	IWB8	0.792	0.70	Valid
<i>Creative self-efficacy</i>	CSE1	0.788	0.70	Valid
	CSE2	0.832	0.70	Valid
	CSE3	0.821	0.70	Valid
	CSE4	0.860	0.70	Valid
	CSE5	0.729	0.70	Valid

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa semua item pernyataan sudah memenuhi kriteria dengan nilai *loading factor* > 0.70 menunjukkan bahwa uji *convergent validity* berdasarkan *loading factor* sudah dapat diterima,

a. Average Variance Extracted (AVE)

Kriteria penilaian nilai AVE > 0.50 agar uji validitas Konvergen bisa diterima.

Tabel 4. 12 Hasil Nilai AVE

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Intrinsic Motivation (X)</i>	0.650
<i>Innovative Work Behavior (Y)</i>	0.598
<i>Creative self-efficacy (Z)</i>	0.652

Sumber: data primer diolah, 2024

convergent validity berdasarkan nilai AVE pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa semua variabel sudah memenuhi kriteria AVE yang ditetapkan, yaitu

dengan nilai > 0.50 . hal tersebut menunjukan bahwa uji *convergent validity* berdasarkan nilai AVE sudah dapat diterima.

4.2.1.2 *Discriminant Validity*

Uji *Discriminant Validity* dengan melihat nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) yang lebih kecil dari < 0.90 seperti yang disarankan oleh (Hair *et al.*, 2017).

Tabel 4. 13 Nilai HTMT

	IM	IWB	CSE
IM			
IWB		0.892	
CSE	0.848		0.809

Sumber: data primer diolah, 2024

Selanjutnya validitas penelitian dilanjutkan pengujian *Discriminant validity* dengan melihat nilai dari *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) yang lebih kecil dari 0.90 seperti yang disarankan oleh (Hair *et al.*, 2017). Semua nilai HTMT lebih rendah dari 0.9. nilai tertinggi dari HTMT pada penelitian ini ada pada variabel *Innovative Work Behavior* dengan skor 0.892 dan nilai terendah dari nilai HTMT ini ada pada variabel *Innovative Work Behavior* dengan skor 0.809 seperti yang ditunjukan pada tabel 4.13.

Hasil dari pengujian *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity* menunjukan bahwa penelitian yang dilakukan sudah valid. Selanjutnya perlu pengujian untuk menguji reliabilitas melalui nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang berada di atas 0.70. berikut adalah nilai reliabilitas penelitian:

4.2.1.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan kriteria nilai > 0.070 .

Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	kriteria
<i>Intrinsic Motivation</i> (X)	0.727	0.847	tinggi
<i>Innovative Work Behavior</i> (Y)	0.904	0.922	Sangat tinggi
<i>Creative self-efficacy</i> (Z)	0.866	0.903	Sangat tinggi

Sumber: data primer diolah, 2024

Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* masing-masing variabel sudah memenuhi standar lebih besar dari >0.70 . hal tersebut menunjukkan bahwa semua Indikator sudah memenuhi kriteria dan reliabel. Selain itu nilai juga sudah lebih besar dibandingkan nilai nilai *Cronbach's Alpha*. Hal tersebut mengindikasi bahwa semua variabel penelitian sudah memenuhi persyaratan mengenai kriteria reliabilitas yang sesuai sebagai dasar penelitian SEM yang dapat dianalisis menggunakan SmartPLS.

Hasil pengukuran validitas dan reliabilitas menggunakan *outer model* di atas menunjukkan bahwa alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *valid* dan reliabel. Hasil ini menunjukkan bahwa alat ukur penelitian memiliki konsistensi yang dapat dipertanggungjawabkan.

4.2.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Pengujian model *structural (inner model)* dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* untuk memprediksi kekuatan *model structural* dari variabel latennya. Berikut Tabel 4.14 yang merupakan dari *R-Square*

Tabel 4. 15 Hasil R-Square

	<i>R Square</i>	Kriteria
<i>Innovative Work Behavior (Y)</i>	0.625	Sedang
<i>Creative self-efficacy (M)</i>	0.460	Sedang

Sumber: data primer diolah, 2024

Dari tabel 4.15 nilai R-Square untuk *Innovative Work Behavior* (Y) adalah 0.625 nilai ini masuk ke dalam kriteria model sedang, nilai tersebut dapat dijelaskan oleh faktor-faktor variabel *Intrinsic Motivation* (X), *creative self-efficacy* (M) sebesar 62,5% yang berarti variabel independen yaitu *Intrinsic Motivation* (X) memberikan sumbangan pengaruh sebesar 62,5% terhadap *Innovative Work Behavior* (Y), sedangkan sisanya 37,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Selanjutnya nilai *R-Square* yang didapat oleh variabel variabel Intervening (M) sebesar 0.460 nilai ini masuk ke dalam kriteria model sedang, yang berarti variabel independen yaitu *Intrinsic Motivation* memberikan sumbangan pengaruh sebesar 46% sedangkan sisanya 54% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

4.2.3 Uji Goodness of Fit (GoF)

Uji Goodness of Fit merupakan Langkah penting dalam analisis SEM-PLS untuk memastikan bahwa model penelitian yang dibangun fit dengan data. Uji ini membantu untuk menentukan apakah model tersebut mampu menjelaskan hubungan antar variabel dengan baik.

Kriteria pengujian menggunakan nilai *standard Root Square Residual* (SRMR), nilai SRMR yang kecil dibawah < 0.10 menunjukan bahwa model fit dengan data. Berikut hasil dari *Uji Goodness of Fit* berdasarkan nilai SRMR

Tabel 4. 16 Uji Goodness of Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.076	0.076

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.15 hasil dari uji *Goodness of Fit* (GoF) menunjukkan bahwa model tersebut masuk ke dalam kategori FIT dikarenakan nilai SRMR kurang dari < 0.10 .

4.2.4 Uji Effect Size

Tabel 4. 17 Hasil Uji F-Square

	IM (X)	IWB (Y)	CSE (M)
<i>Intrinsic Motivation (X)</i>		0.271	0.853
<i>Innovative Work Behavior (Y)</i>			
<i>Creative self-efficacy (M)</i>	0.266		

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil tabel 4.16 nilai *F-square* antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 0.271 yang artinya kemampuan variabel independen untuk memberikan dampak terhadap variabel dependen tergolong ke dalam kriteria sedang, dikarenakan nilai *f-Square* 0.271 lebih dari 0.15.

Sedangkan untuk hasil *f-square* antara variabel independen dengan variabel intervening sebesar 0.853 yang artinya kemampuan variabel independen untuk memberikan dampak atau pengaruh terhadap variabel intervening tergolong ke dalam kriteria kuat, dikarenakan nilai *f-square* 0.853 lebih besar dari 0.35.

Untuk hasil *f-square* antara variabel intervening terhadap variabel dependen sebesar 0.266 yang artinya kemampuan variabel intervening untuk memberikan dampak atau pengaruh terhadap variabel dependen tergolong ke dalam kriteria sedang, dikarenakan nilai *f-square* 0.266 lebih besar dari 0.15.

4.2.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan Teknik *bootstrapping*. Data yang digunakan untuk *bootstrapping* adalah data yang sudah dilakukan tahapan measurement. Uji hipotesis termasuk ke dalam *structural model* dan menunjukkan hubungan yang telah dihipotesiskan dengan praktik simulasi. Uji *bootstrapping* ini juga untuk mengetahui arah hubungan dan signifikansi hubungan setiap variabel latennya. Uji hipotesis dilakukan dengan melakukan perbandingan *t-statistic* atau t hitung yang sudah ditentukan. T-hitung yang dihasilkan dalam uji *bootstrapping* harus lebih besar dari t-tabel *one tail* yaitu 1,98 untuk standar eror sebanyak 5% atau *P value* dibawah 0.05 (Hair *et al* 2017).

Tabel 4. 18 Nilai Path Coefficient Hipotesis

	Original Sample (<i>O</i>)	Sample Mean (<i>M</i>)	Standard Deviation (<i>STDEV</i>)	T statistic (<i>O/STDEV</i>)	P values
X (IM) -Y (IWB)	0.430	0.426	0.092	4.720	0.000
X (IM) - Z (CSE)	0.678	0.689	0.055	12.275	0.000
Z (CSE) - Y (IWB)	0.430	0.434	0.090	4.801	0.000

Sumber: data primer diolah, 2024

Tabel 4. 19 Nilai Specific Indirect Effects

	Original Sample (<i>O</i>)	Sample Mean (<i>M</i>)	Standard Deviation (<i>STDEV</i>)	T statistic (<i>O/STDEV</i>)	P values
X - Z - Y	0.292	0.299	0.068	4.287	0.000

Sumber: data primer diolah, 2024

Tabel 4.17 menunjukkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan *Bootstrapping*. dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua hipotesis memiliki arah hubungan positif, hal tersebut ditunjukkan oleh angka *Original Sample*. Hair *et al*, (2017) menjelaskan bahwa *Original Sample* menunjukkan tanda arah hubungan antar variabel pada keseluruhan sampel penelitian. Oleh karena itu, hasil hubungan

intrinsic motivation (x) – *Innovative Work Behavior* (Y), *intrinsic motivation* (x) – *creative self-efficacy* (z), dan *creative self-efficacy* (z) - *Innovative Work Behavior* (Y) memiliki arah hubungan yang positif. Untuk melihat signifikansinya, penelitian ini menggunakan hipotesis *one-tail* sehingga angka signifikansinya dilihat dari nilai *t statistic* yang lebih besar dari *t-tabel* 1,98. dan untuk kriteria bisa melihat nilai *P value* < 0.05.

Berdasarkan kriteria tersebut, tiga hipotesis yaitu X - Y, X - Z dan Z - Y

H1: *Intrinsic Motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap *Innovative Work Behavior*

H2: *Intrinsic Motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap *Creative self-efficacy*

H3: *Creative self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Innovative Work Behavior*

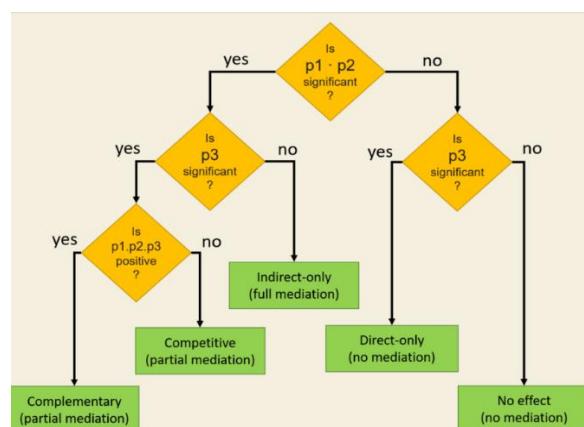
Tiga hipotesis diterima, karena nilai *t statistic* lebih dari 1,98 dan nilai *P value* dari tiga hipotesis diatas kurang dari < 0.05.

Untuk mengetahui fungsi mediasinya, peneliti menggunakan metode *bootstrapping* tabel *specific indirect effects* yang hasilnya tercantum pada tabel 4.19.

penggunaan metode *bootstrapping* menurut Hair *et al.* (2017) dilakukan karena uji sobel mengasumsikan distribusi normal yang tidak konsisten dengan metode PLS-SEM non parametrik. Selain itu, asumsi parametrik dari uji sobel biasanya tidak berlaku untuk efek tidak langsung karena perkalian dua koefisien terdistribusi normal menghasilkan distribusi produk yang tidak normal.

Selanjutnya, uji sobel memerlukan koefisien jalur yang tidak standar sebagai masukan untuk statistic uji dan tidak memiliki kekuatan statistic, terutama bila diterapkan pada ukuran sampel yang kecil. Untuk alasan ini, peneliti menolak uji sobel untuk mengevaluasi analisis mediasi, terutama dalam studi PLS-SEM. Oleh karena itu, dibandingkan menggunakan uji sobel, peneliti melakukan metode *bootstrapping* untuk pengambilan sampel distribusi efek tidak langsung. Selain itu, *bootstrapping* efek tidak langsung menghasilkan tingkat kekuatan *statistic* yang lebih tinggi dibandingkan dengan Uji Sobel.

Gambar 4. 3 Langkah Uji Mediasi menggunakan SmartPLS



Sumber: Hair *et al.*, (2017)

Berdasarkan gambar 4.3 di atas, maka dapat dilakukan uji mediasi sebagai berikut:

1. hubungan langsung $X \rightarrow Y$ adalah positif signifikan, dan hubungan tidak langsung ($X \rightarrow Y \rightarrow Z$) adalah positif signifikan. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa terdapat mediasi dan masuk ke dalam kategori *Complementary (Partial Mediation)*. Yang berarti terdapat hubungan yang

signifikan antara variabel mediator dan terikat, tetapi juga terdapat hubungan langsung antara variabel bebas dan terikat.

Berdasarkan uraian di atas, pengujian hipotesis penilaian dapat dilakukan sebagai berikut:

1. **H1 diterima:** hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel *Intrinsic Motivation* (X) dengan *Innovative Work Behavior* (Y) UMKM kota Cirebon. Arah hubungan dapat dilihat dari nilai *Original Sample* sebesar 0.430. signifikansi ditunjukkan oleh angka t-statistic sebesar 4.720 yang lebih besar dibandingkan t-tabel (1,98). nilai *P value* penelitian sebesar 0.000 juga memenuhi standar yang telah ditentukan yaitu senilai (<0.05). hasil ini berarti menunjukkan semakin tinggi *Intrinsic Motivation* yang dimiliki pelaku usaha UMKM, maka akan meningkatkan *Innovative Work Behavior* pada pelaku usaha UMKM di Kota Cirebon.
2. **H2 Diterima:** hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *Intrinsic Motivation* (X) terhadap *Creative self-efficacy* (Z) pada pelaku usaha UMKM di Kota Cirebon. Arah hubungan dapat dilihat dari nilai *Original Sample* sebesar 0.678. signifikansi ditunjukkan oleh angka t-statistik sebesar 12.275 yang lebih besar dibandingkan t-tabel (1,98). nilai *P value* penelitian sebesar 0.000 juga memenuhi standar yang telah ditentukan yaitu senilai (<0.05). interpretasi penemuan ini adalah semakin tinggi *Intrinsic Motivation* yang

dimiliki pelaku usaha UMKM akan diikuti dengan meningkatnya *Creative self-efficacy* pada pelaku usaha UMKM di Kota Cirebon.

3. **H3 Diterima:** hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel *Creative self-efficacy* (Z) terhadap *Innovative Work Behavior* (Y) pada pelaku usaha UMKM. Arah hubungan ditentukan dari nilai *Original Sample* sebesar 0.430. hubungan signifikan dapat dilihat dari nilai t-statistic 4.801 yang berarti lebih besar dibandingkan dengan t-tabel (1,98), selain itu nilai *P value* penelitian sebesar 0.000 juga memenuhi standar yang telah ditentukan (<0.05). oleh karena itu, hipotesis penelitian ini diterima, interpretasi yang dapat dilakukan adalah semakin pelaku usaha UMKM memiliki *Creative self-efficacy* yang tinggi maka akan meningkatkan *Innovative Work Behavior* pada pelaku usaha UMKM di Kota Cirebon.
2. **H4 Diterima:** hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel *Intrinsic Motivation* (X) dengan *Innovative Work Behavior* (Y) UMKM kota Cirebon. Arah hubungan dapat dilihat dari nilai *Original Sample* sebesar 0.430. signifikansi ditunjukkan oleh angka t-statistic sebesar 4.720 yang lebih besar dibandingkan t-tabel (1,98). nilai *P value* penelitian sebesar 0.000 juga memenuhi standar yang telah ditentukan yaitu senilai (<0.05). interpretasi penemuan ini adalah semakin tinggi *Intrinsic Motivation* yang dimiliki pelaku usaha UMKM maka akan meningkatkan *Creative self-efficacy* yang dimiliki pada pelaku usaha UMKM di Kota Cirebon. Sementara dari segi hubungan tidak

langsungnya, dapat dilihat bahwa *Creative self-efficacy* (Z) memiliki peran mediasi terhadap hubungan antara *Intrinsic Motivation* (X) dengan *Innovative Work Behavior* (Y). hal tersebut terlihat dari nilai t-statistic sebesar 4.287 yang lebih besar dibandingkan t-tabelnya (1,98). selain itu, nilai *P value* penelitian sebesar 0.000 yang memenuhi standar karena lebih kecil dari <0.05 . oleh karena itu hubungan *Intrinsic Motivation* dengan *Innovative Work Behavior* yang dimediasi oleh *Creative self-efficacy* diterima. Sementara itu berdasarkan hasil hubungan langsung dan tidak langsung variabel *Intrinsic Motivation* (X) dengan *Innovative Work Behavior* (Y) yang dilakukan analisis prosedur mediasi (Hair *et al.* 2017:289) menunjukan bahwa hubungan mediasi yang dimiliki antara *Creative self-efficacy* (Z) terhadap *Intrinsic Motivation* dan *Innovative Work Behavior* (Y) adalah *partial mediation (Complementary)*. Hal tersebut berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variabel mediator dan terikat, tetapi juga terdapat hubungan langsung antara variabel bebas dan terikat. Yang berarti *Creative self-efficacy* dapat memediasi hubungan antara *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior* secara parsial.

4.3 Pembahasan

UMKM memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian di Indonesia, salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM adalah dengan adanya inovasi, di era kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat maka pelaku usaha sebagai sumber daya manusia

dituntut untuk terus menjadi kreatif dan inovatif demi keberlangsungan sebuah usaha atau bisnis.

Pelaku usaha UMKM harus mempunyai dorongan dari dalam dirinya sendiri yaitu motivasi dan keyakinan untuk terus menciptakan atau menemukan ide-ide baru agar bisnis atau usaha bisa terus berkembang dan dapat bersaing dengan UMKM diluar Kota Cirebon. Adapun hasil yang didapatkan dalam penelitian ini dapat dianalisis dalam pembahasan sebagai berikut:

4.3.1 *Intrinsic Motivation* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior*

Intrinsic motivation adalah dorongan yang berasal dari dalam diri individu untuk melakukan sesuatu karena adanya kepuasan atau kesenangan yang diperoleh dari aktivitas atau pekerjaan itu sendiri, bukan karena adanya imbalan eksternal. Orang yang termotivasi secara instrinsik cenderung terlibat dalam pekerjaan karena mereka merasa pekerjaan tersebut menarik, menyenangkan, atau sesuai dengan nilai-nilai pribadi dari individu tersebut.

Pelaku usaha UMKM yang memiliki *intrinsic motivation* cenderung lebih kreatif dalam pekerjaan mereka. Kreativitas adalah elemen kunci dalam *innovative work behavior*, karena individu yang termotivasi secara intrinsik lebih cenderung mengeksplorasi berbagai Solusi untuk masalah yang ada, menghasilkan ide-ide baru, dan merasa

nyaman dalam menghadapi tantangan yang memerlukan pemikiran di luar kebiasaan.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Intrinsic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Innovative work behavior*. penelitian ini menerangkan bahwa intrinsic motivation dari pelaku usaha UMKM adalah salah satu faktor yang dapat meningkatkan *Innovative work behavior* para pelaku usaha UMKM. Dorongan *intrinsic motivation* dari kepuasan dan kesenangan yang dirasakan oleh pelaku usaha UMKM saat menjalankan bisnis atau usaha akan membuat mereka dengan senang hati untuk mengesklorasi ide-ide baru untuk diimplementasikan dalam usaha atau bisnis yang dijalani. Hipotesis ini juga didukung dan sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ranasinghe & Samarasinghe, (2019) menyatakan bahwa *intrinsic motivation* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior*. Dan juga Nilasari *et al.*, (2022) menyatakan bahwa *intrinsic motivation* berpengaruh positif terhadap *innovative work behavior*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikembangkan oleh Deci & Ryan, (2000) yaitu teori self-determination yang menekankan pentingnya *intrinsic motivation* dalam pengembangan *innovative work behavior*. Ketika kebutuhan psikologis dasar seperti otonomi, kompetensi, dan keterhubungan terpenuhi, *intrinsic motivation* seseorang meningkat, yang pada gilirannya mendorong perilaku

inovatif. Dalam penelitian ini menemukan bahwa *intrinsic motivation* secara signifikan terkait dengan peningkatan *Innovative work behavior*, karena individu merasa lebih termotivasi untuk mengejar tujuan inovatif ketika mereka merasa mampu mengendalikan pekerjaan mereka.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amabile, (1988) menyatakan bahwa *intrinsic motivation* adalah kunci dalam memicu kreativitas karena individu yang termotivasi secara intrinsik lebih mungkin untuk mengeksplorasi ide-ide baru tanpa mengharapkan imbalan eksternal. Dalam penelitian ini menunjukan hasil yang signifikan bahwa intrinsik motivation memfasilitasi proses kreatif yang kemudian dapat diterjemahkan menjadi inovasi di tempat kerja.

4.3.2 *Intrinsic Motivation* berpengaruh terhadap *Creative self-efficacy*

Intrinsic motivation meningkatkan keterlibatan individu dalam tugas-tugas atau masalah yang membutuhkan pemikiran yang kreatif karena mereka merasa senang dan tertantang oleh aktivitas tersebut. Semakin besar keterlibatan ini, semakin besar pula peluang individu mengembangkan keterampilan kreatif dan, pada akhirnya meningkatkan keyakinan mereka terhadap kemampuan kreatif mereka sendiri. Hal ini berarti *intrinsic motivation* secara langsung dapat memperkuat *creative self-efficacy* karena individu sering kali melihat hasil positif dari usaha mereka.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Intrinsic motivation* berpengaruh terhadap *Creative self-efficacy*, hasil ini menerangkan semakin tinggi peran atau makna dari *Intrinsic motivation* maka akan berdampak pada peningkatan *Creative self-efficacy*. Pelaku usaha UMKM harus memiliki motivasi sebagai pendorong agar meningkatkan *Creative self-efficacy* mereka. Kepuasan dan kesenangan yang dirasakan dari dalam oleh pelaku usaha akan meningkatkan keyakinan bahwa pelaku usaha dapat berpikir dan bertindak secara kreatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Karadeniz *et al.*, (2021) menyatakan bahwa *Intrinsic motivation* berpengaruh positif terhadap *Creative Self Efficacy*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liang *et al.*, (2023) menyatakan bahwa *intrinsic motivation* merupakan faktor penting yang meningkatkan *Creative Self-Efficacy* di kalangan anggota tim inovasi budaya. *Intrinsic motivation* membantu individu merasa lebih percaya diri dalam kemampuan mereka untuk menghasilkan ide-ide kreatif, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk lebih aktif dalam kegiatan inovatif. Studi ini juga menekankan peran afektivitas positif dalam memperkuat *Creative Self-Efficacy* terhadap perilaku kreatif. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa *intrinsic motivation* memiliki dampak yang signifikan terhadap pengembangan *Creative Self-Efficacy*, dan dengan demikian

memainkan peran penting dalam mendorong perilaku kreatif di tempat kerja.

Dalam penelitian Shin & Zhou, (2003) juga menjelaskan bahwa *intrinsic motivation* berhubungan erat dengan *creative self-efficacy*. Ketika individu memiliki dorongan intrinsik untuk terlibat dalam kegiatan kreatif, mereka cenderung memiliki keyakinan yang lebih besar dalam kemampuan mereka untuk menghasilkan ide-ide kreatif.

Intrinsic motivation menjadi faktor kunci dalam pengembangan *Creative Self Efficacy* karena dorongan internal yang kuat untuk bereaksi seringkali didasarkan pada kepuasan pribadi dan keterlibatan penuh dalam tugas. Ketika seseorang merasa puas dan termotivasi dari dalam, mereka cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam kemampuan kreatif mereka.

4.3.3 *Creative self-efficacy* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior*

Creative self-efficacy adalah keyakinan seseorang tentang kemampuannya untuk berpikir dan bertindak secara kreatif. Ini berhubungan erat dengan rasa percaya diri dalam menghasilkan ide-ide inovatif dan menyelesaikan tugas dengan cara yang kreatif. *Innovative work behavior* mencakup berbagai tindakan yang melibatkan penciptaan, pengembangan, dan penerapan ide-ide baru yang dapat meningkatkan proses kerja, produk, atau layanan.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Creative self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Innovative work behavior*. hasil ini menerangkan bahwa pelaku usaha UMKM dengan *Creative self-efficacy* yang tinggi akan meningkatkan *Innovative work behavior* pada pelaku usaha UMKM. Keyakinan akan kemampuan berpikir dan bertindak secara kreatif akan membuat pelaku usaha UMKM percaya diri dalam menghasilkan ide-ide kreatif yang dilakukan untuk usaha mereka. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Karadeniz *et al.*, (2021) menyatakan bahwa *Creative self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *Innovative work behavior*.

Tierney & Farmer, (2002) menyatakan bahwa individu dengan tingkat *Creative Self-Efficacy* yang tinggi lebih percaya diri dalam kemampuan mereka untuk menghasilkan ide kreatif dan menghadapi tantangan inovatif. Pentingnya kepercayaan diri dalam kreativitas sebagai faktor utama dalam mendorong inovasi. Individu yang percaya bahwa mereka mampu berpikir kreatif lebih cenderung untuk terlibat dalam aktivitas yang mendorong inovasi, seperti mengembangkan ide-ide baru dan mengimplementasikan solusi yang belum dicoba sebelumnya.

Tran *et al.*, (2018) menyatakan bahwa *Creative Self-Efficacy* mempengaruhi *innovative work behavior*, semakin tinggi kreativitas, semakin tinggi pula inovasi dalam pekerjaan. Individu dengan *Creative*

Self-Efficacy yang tinggi lebih cenderung untuk mengambil inisiatif dalam menghasilkan ide-ide baru, memecahkan masalah secara kreatif, dan menerapkan solusi baru di lingkungan kerja mereka. Ketika individu percaya pada kemampuan kreatif mereka, mereka akan lebih termotivasi untuk berkontribusi dalam proses inovasi, yang secara langsung mempengaruhi hasil inovatif keseluruhan.

Dengan meningkatnya *Creative Self-Efficacy* individu merasa lebih percaya diri dalam kapasitas mereka untuk menghasilkan ide-ide baru dan menyelesaikan tugas-tugas inovatif. *Creative Self-Efficacy* yang tinggi memfasilitasi lebih banyak usaha dan keterlibatan dalam proses kreatif, yang secara langsung mempengaruhi perilaku inovatif.

4.3.4 *Creative self-efficacy memediasi hubungan antara Intrinsic Motivation dengan Innovative Work Behavior*

Creative self-efficacy memainkan peran penting sebagai mediator dalam hubungan antara *intrinsic motivation* dan *innovative work behavior*. *Intrinsic motivation* dapat meningkatkan *Creative Self-Efficacy* yang kemudian memperkuat perilaku inovatif.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan sebelumnya ditemukan bahwa *Creative self-efficacy* dapat memediasi hubungan antara *Intrinsic Motivation* terhadap *Innovative Work Behavior*. hasil ini menerangkan bahwa Pelaku usaha UMKM dengan *Creative self-efficacy* yang tinggi akan meningkatkan *Innovative Work Behavior*. Oleh karena itu, *Creative self-efficacy* memediasi hubungan antara *Intrinsic Motivation* dan *Innovative Work Behavior*. *Intrinsic*

Motivation secara langsung mempengaruhi *Innovative work behavior* tetapi memiliki efek tidak langsung melalui *creative self-efficacy*. Dengan demikian *Creative self-efficacy* dapat memediasi hubungan antara *Intrinsic motivation* dan *Innovative work behavior*. Hal ini berarti bahwa Ketika pelaku usaha UMKM memiliki *intrinsic motivation* yang tinggi, maka individu akan memiliki keyakinan dan akan memberikan dorongan kepada setiap individu untuk secara kreatif menghasilkan ide-ide baru. Pelaku usaha UMKM yang memiliki *Creative self-efficacy* yang tinggi akan terdorong untuk meningkatkan *innovative work behavior* dan memiliki kecenderungan untuk mengimplementasikan ide-ide baru tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Herbiyanti *et al.*, 2024).

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh chunk & DiBenedetto, (2021) menyatakan bahwa tujuan pribadi dan keyakinan pada diri sendiri mempengaruhi kinerja melalui motivasi individu. Menurut teori kreativitas komponen dari Amabile, kreativitas mencapai puncaknya ketika seseorang termotivasi secara intrinsik. Sejalan dengan klaim ini, beberapa peneliti inovasi telah fokus pada peran *intrinsic motivation* terhadap *Innovative work behavior* (Devloo *et al.*, 2015). Literatur menunjukkan bahwa *intrinsic motivation* terkait dengan hasil kerja positif seperti kemampuan karyawan untuk berinovasi (Bin Saeed *et al.*, 2019).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penjelasan yang sudah diuraikan di atas tentang pengaruh *intrinsic motivation* terhadap *innovative work behavior* dengan *creative self-efficacy* sebagai variabel mediasi pada pelaku usaha UMKM di Kota Cirebon, maka penulis akan menyampaikan yang krusial yang dapat disimpulkan.

1. *Intrinsic Motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap *Innovative Work Behavior* pada UMKM di Kota Cirebon, artinya semakin tinggi *Intrinsic Motivation* maka dapat meningkatkan *Innovative work behavior* pada setiap pelaku usaha UMKM. Individu yang memiliki *intrinsic motivation* yang tinggi cenderung lebih kreatif dalam pekerjaan mereka. Kreativitas adalah elemen kunci dalam perilaku kerja inovatif, karena individu yang termotivasi secara intrinsik lebih cenderung mengesplorasi berbagai solusi untuk masalah yang ada, menghasilkan ide-ide baru, dan merasa nyaman dalam menghadapi tantangan yang memerlukan pemikiran kreatif/ di luar kebiasaan. Pelaku usaha UMKM adalah dia yang memiliki dan menjalankan usaha tersebut oleh karena itu individu yang menjalankan UMKM memiliki keterlibatan langsung yang lebih dalam pada pekerjaan itu sendiri keterlibatan terjadi Ketika individu termotivasi oleh kepuasan pribadi yang mereka peroleh dari pekerjaan tersebut. Karena untuk menciptakan sebuah inovasi sering

kali memerlukan waktu dan upaya ekstra. Keterlibatan yang mendalam berarti individu lebih mungkin untuk muncurahkan waktu dan energi untuk mengembangkan dan mengimplementasikan ide-ide baru.

2. *intrinsic motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap *Creative Self-Efficacy* pada UMKM Kota Cirebon, yang artinya dengan adanya *intrinsic motivation* dalam diri pelaku usaha UMKM memberikan dorongan untuk lebih percaya diri memunculkan ide-ide kreatif yang ada dalam diri pelaku usaha UMKM. *Intrinsic motivation* sebagai internal drive dianggap sebagai faktor kunci dalam meningkatkan *Creative Self-Efficacy* karena dorongan internal yang kuat untuk berkreasi. Individu yang menjalankan UMKM memiliki kepuasan pribadi dan keterlibatan penuh dalam pekerjaan. Ketika pelaku individu merasa puas dan termotivasi dari dalam, mereka cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam kemampuan kreatif mereka.
3. *Creative self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Innovative work behavior* pada pelaku usaha UMKM yang berarti bahwa *Creative self-efficacy* yang tinggi akan meningkatkan *Innovative work behavior* pelaku usaha UMKM. Individu dengan tingkat *creative self-efficacy* yang tinggi mungkin lebih proaktif mencari solusi yang tidak umum/biasa untuk masalah yang ada. Pelaku usaha UMKM memiliki kepercayaan diri untuk mencoba pendekatan baru dan bereksperimen dengan cara-cara yang berbeda dengan yang sudah dilakukan sebelumnya. Keyakinan diri yang dimiliki pelaku usaha

UMKM akan mendorong kemampuan kreatifnya dan cenderung bertahan dalam menghadapi kegagalan atau hambatan dan terus mencari cara-cara baru untuk mengatasi tantangan termasuk untuk mengimplementasikan ide-ide inovatif dan meningkatkan proses atau produk yang ada.

4. *Creative self-efficacy* dapat menjadi variabel mediasi antara *Intrinsic motivation* terhadap *Innovative Work Behavior*. *Creative self-efficacy* dapat memediasi hubungan antara *intrinsic motivation* dan *innovative work behavior*. Dengan kata lain, *intrinsic motivation* secara langsung mempengaruhi *innovative work behavior* tetapi tetap memiliki pengaruh tidak langsung melalui *Creative self-efficacy*.

5.2 Saran

Adapun saran yang bisa diberikan oleh peneliti atas dasar penelitian yang sudah dilakukan pada UMKM Kota Cirebon, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi UMKM/Pelaku Usaha
 - a. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan: ketidakpuasan sering kali muncul ketika individu merasa tidak cukup kompeten dalam menghadapi tugas tertentu: menginvestasikan waktu untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan yang relevan dengan tantangan yang dihadapi.
 - b. Memahami kebutuhan pelanggan: amati perilaku pelanggan untuk memahami apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Inovasi yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan cenderung lebih

berhasil, dengan memahami kebutuhan ini dapat menciptakan produk atau layanan baru yang benar-benar relevan.

- c. Tetap fleksibel dan terbuka terhadap perubahan: untuk menghadapi situasi yang rumit, penting untuk tetap fleksibel dan terbuka terhadap perubahan, strategi yang sudah direncanakan mungkin perlu diubah sesuai dengan kondisi yang berkembang, fleksibilitas membantu individu beradaptasi lebih baik.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Penelitian ini memiliki total sampel 110, sedangkan tujuan utama dari pendekatan kuantitatif adalah untuk menggeneralisasikan temuan dari sampel ke populasi yang lebih luas. Hair *et al* (2017) menyatakan bahwa pentingnya memiliki sampel yang cukup besar untuk mencapai validitas dan reliabilitas hasil, khususnya dalam analisis statistik multivariat seperti *Structural Equation Modeling* (SEM). Kurangnya sampel dalam penelitian ini bisa berakibat responden salah dalam pengambilan Keputusan. Karena hal ini peneliti menyarankan *future research* dalam metode penelitian kuantitatif untuk memiliki jumlah sampel yang lebih besar lagi.
- b. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara *online* menggunakan *google form*, menurut Fowler, (2014) dalam *Survey Research Methods* menyatakan bahwa kuesioner yang disebarluaskan secara online tidak memungkinkan adanya interaksi langsung antara peneliti dan

responden, yang dapat mengurangi kesempatan untuk mengklarifikasi pertanyaan yang tidak dipahami. Menurut Podsakoff *et al.*, (2003) dalam *Common Method Biases in Behavioral Research* mengidentifikasi risiko bias respon karena responden mungkin tidak serius atau jujur saat menjawab kuesioner *online*, terutama karena kurangnya kontrol langsung dari peneliti. Penyebaran kuesioner secara *online* memungkinkan responden menjawab dengan tidak jujur. Sehingga peneliti menyarankan untuk *future research* menggunakan Bahasa yang sederhana dan jelas dalam kuesioner serta menyediakan kontak atau fitur bantuan *online* (seperti FAQ atau *live chat*) untuk membantu responden yang mungkin memiliki pertanyaan selama mengisi kuesioner. Serta mendesain kuesioner dengan baik untuk mengurangi kebosanan responden-respon dan memastikan kuesioner tidak terlalu panjang dan rumit. Bisa juga dengan mengkombinasikan kuesioner *online* dengan metode lain, seperti kuesioner cetak atau wawancara langsung.

- c. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data *one-shot* atau (*cross-sectional*). Menurut Sedgwick, (2014) penelitian *cross-sectional* merupakan studi observasional yang melibatkan pengukuran variabel pada satu titik waktu. Metode ini memiliki kelebihan karena kecepatan dan efisiensinya. Karena data hanya dikumpulkan pada satu titik waktu, metode ini tidak dapat

mengidentifikasi perubahan atau perkembangan variabel dari waktu ke waktu. Karena hal ini peneliti menyarankan *future research* untuk mengkombinasikan dengan metode longitudinal untuk mengamati perubahan seiring waktu, pertimbangkan untuk menggabungkan metode *one-shot* dengan pendekatan longitudinal, di mana data dikumpulkan lebih dari sekali dari responden yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanto, A. T., & Prasetyo, A. (2021). *Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Knowledge Sharing terhadap Produktivitas Kerja Melalui Perilaku Innovatif Sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT. BPR RUDO INDOBANK)*. <http://permana.upstegal.ac.id/index.php/permana>
- Amabile. (1988). *Amabile_A_Model_of_CreativityOrg.Beh_v10_pp123-167*.
- Amabile, T. M. (1993). *MOTIVATIONAL SYNERGY: TOWARD NEW CONCEPTUALIZATIONS OF INTRINSIC AND EXTRINSIC MOTIVATION IN THE WORKPLACE*.
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing the Work Environment for Creativity. In *The Academy of Management Journal* (Vol. 39, Issue 5).
- Anderson, N., De Dreu, C. K. W., & Nijstad, B. A. (2004). The routinization of innovation research: A constructively critical review of the state-of-the-science. In *Journal of Organizational Behavior* (Vol. 25, Issue 2, pp. 147–173). <https://doi.org/10.1002/job.236>
- Aryee, S., Walumbwa, F. O., Zhou, Q., & Hartnell, C. A. (2012). Transformational Leadership, Innovative Behavior, and Task Performance: Test of Mediation and Moderation Processes. *Human Performance*, 25(1), 1–25. <https://doi.org/10.1080/08959285.2011.631648>
- Badan Pusat Statistik. (2024, February 5). *Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2023 Tumbuh 5.04 persen (y-on-y)*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2024). *Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten/Kota (Unit), 2020-2022*. <Https://Jabar.Bps.Go.Id/Indicator/9/752/1/Banyaknya-Usaha-Mikro-Dan-Kecil-Menurut-Kabupaten-Kota.Html>.
- Bandura, A. (1997). *self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- bappelitbangdahalsel. (2023). *Indeks Inovasi Daerah*. Https://www.Bappelitbangdahalsel.Com/Include/Halaman/Produk/Subhalaman/Dokumen%20Litbang/File/0502202400_30_33subhalaman4.Pdf.
- Barron, F., & Harrington, D. M. (1981). AND PERSONALITY. In *Ann. Rev. Psychol* (Vol. 32). www.annualreviews.org
- Basadur, M. (2004). Leading others to think innovatively together: Creative leadership. *Leadership Quarterly*, 15(1), 103–121. <https://doi.org/10.1016/j.leadqua.2003.12.007>

- Bhaduri, S., & Kumar, H. (2009). *Tracing the motivation to innovate: A study of grassroot innovators in India*. <http://hdl.handle.net/10419/32660>
- Bin Saeed, B., Afsar, B., Shahjehan, A., & Imad Shah, S. (2019). Does transformational leadership foster innovative work behavior? The roles of psychological empowerment, intrinsic motivation, and creative process engagement. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 32(1), 254–281. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1556108>
- Buchbinder, S. Bell., & Shanks, N. H. (2012). *Introduction to health care management*. Jones & Bartlett Learning.
- çalışma Göknur Esrarı, B., Motivasyonunda Algılanan Stres Düzeyinin ve Stres Yonetim Tekniklerinin Rolü -Banka Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama, İ., Yüksek Lisans Te-zinden türetilmiştir, isimli, Gör Nevşehir Üniversitesi İİBF İşletme, A., & Üniversitesi Sosyal Bilimler, A. (2012). Role of Stress Fighting Tecniques in Internal and External Motivation of Employees İş Görenin İçsel ve Dışsal Motivasyonunda Stresle Mücadele Tekniklerinin Rolü (*) Göknur ERSARI (**) Atıhan NAKTİYOK (***)¹. In *Enstitüsü Dergisi* (Vol. 16, Issue 1).
- Cantika Adinda Putri, C. I. (2022, August 11). *UMKM di Tangan Perempuan Lebih Banyak Bertahan Saat Pandemi*. CNBC Indonesia.
- Cetin, F., & Basim, N. H. (2016). Psikolojik Sermayenin Farklılaşan Haftalık İçsel Motivasyona Etkileri ve İş Performansına İlişkin Sonuçlar: Boylamsal bir Analiz [The Effects of Psychological Capital on Differentiating Weekly Intrinsic Motivation and Results on Job Performance: A Longitudinal Analysis]. *Eurasian Business & Economics Journal*, 2, 1–7.
- Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2001). Validation of a New General Self-Efficacy Scale. *Organizational Research Methods*, 4(1), 62–83. <https://doi.org/10.1177/109442810141004>
- chunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. (2021). *Self-efficacy and human motivation*. In *Advances in motivation science*. 8, 153–179.
- Cingöz, A., & Akdoğan, A. A. (2011). An empirical examination of performance and image outcome expectation as determinants of innovative behavior in the workplace. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 847–853. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.099>
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education* (8th ed.). London: Routledge.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010a). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23–36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>

- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010b). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23–36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>
- De Jong, J. P. J., & Den Hartog, D. N. (2007). How leaders influence employees' innovative behaviour. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41–64. <https://doi.org/10.1108/14601060710720546>
- Deci, E. L., Olafsen, A. H., & Ryan, R. M. (2017). Self-Determination Theory in Work Organizations: The State of a Science. In *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior* (Vol. 4, pp. 19–43). Annual Reviews Inc. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032516-113108>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1980). Self-determination theory: When mind mediates behavior. *Journal of Mind and Behavior*, 1 (1), 33–43.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior. *Berlin: Springer Science & Business Media*.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
- Devloo, T., Anseel, F., De Beuckelaer, A., & Salanova, M. (2015). Keep the fire burning: Reciprocal gains of basic need satisfaction, intrinsic motivation and innovative work behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 24(4), 491–504. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2014.931326>
- Etikariena, A., & Muluk, H. (2014). Correlation between Organizational Memory and Innovative Work Behavior. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 18(2), 77. <https://doi.org/10.7454/mssh.v18i2.3463>
- Fitriza Rulevy, D., & Parahyanti, E. (2016). Hubungan Psychological Capital Dan Perilaku Kerja Inovatif Di Industri Kreatif: Studi Pada Karyawan Perusahaan Xyz The Relationship between Psychological Capital and Innovative Work Behavior in Creative Industry: A Study among Employees of XYZ Company. In *Jurnal Psikogenesis* (Vol. 4, Issue 1).
- Fowler, F. J. (2014). Survey Research Method (5th ed.). *Centre for Survey Research, University of Massachusetts*.
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331–362. <https://doi.org/10.1002/job.322>
- Grant, A. M., & Berry, J. W. (2011). *THE NECESSITY OF OTHERS IS THE MOTHER OF INVENTION: INTRINSIC AND PROSOCIAL MOTIVATIONS, PERSPECTIVE TAKING, AND CREATIVITY*. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/AMJ.2011.59215085>

- Henseler, J., & Ringle, C. M. (2012). *Using Partial Least Squares Path Modeling in International Advertising Research: Basic Concepts and Recent Issues*. <https://doi.org/10.4337/9781844844858.00023>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277–319. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Herbiyanti, F., Rahmawati, I., Hardjowikarto, D. A., & Suzana, A. (n.d.). The role of Intrinsic Motivation On Innovative Work Behavior Mediated By Creative Self-Efficacy. *JRSSEM* 2024, 03(12), 1687–1698. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i08.559>
- Howell, J. M., Shea, C. M., & Higgins, C. A. (2005). Champions of product innovations: Defining, developing, and validating a measure of champion behavior. *Journal of Business Venturing*, 20(5), 641–661. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.06.001>
- Hsu, M. L. A., Hou, S. T., & Fan, H. L. (2011). Creative self-efficacy and innovative behavior in a service setting: Optimism as a moderator. *Journal of Creative Behavior*, 45(4), 258–272. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.2011.tb01430.x>
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287–302. <https://doi.org/10.1348/096317900167038>
- Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2005). Innovation and human resource management fit: An empirical study. *International Journal of Manpower*, 26(4), 364–381. <https://doi.org/10.1108/01437720510609555>
- Jong, J. P. J., Den Hartog, & Deanne. (2008). *Innovative Work Behavior: Measurement and Validation*.
- KANTER, R. (1996). When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective, and Social Conditions for Innovation in Organizations. In *Knowledge Management and Organisational Design* (pp. 93–131). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-9749-1.50010-7>
- Karadeniz, B., Erzurum, E., Akcan, A. F., & Zaim, S. (2021). *Intrinsic Motivation And Innovative Work Behavior: The Mediating Role Of Creative Self-Efficacy*. 136–144. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.12.04.14>
- Karwowski, M., Lebuda, I., & Wisniewska, E. (2018). *Measuring Creative Self-efficacy and Creative Personal Identity*. <https://www.researchgate.net/publication/325070288>

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023, June 27). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. <Https://Djpb.Kemenkeu.Go.Id/Kppn/Lubuksikaping/Id/Data-Publikasi/Artikel/3134-Kontribusi-Umkm-Dalam-Perekonomianindonesia.Html>.
- Khan, H. S. ud din, Li, P., Chughtai, M. S., Mushtaq, M. T., & Zeng, X. (2023). The role of knowledge sharing and creative self-efficacy on the self-leadership and innovative work behavior relationship. *Journal of Innovation and Knowledge*, 8(4). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100441>
- Kleynen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284–296. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005660>
- Kotera, Y., Asano, K., Kotera, H., Ohshima, R., & Rushforth, A. (2022). Mental Health of Japanese Workers: Amotivation Mediates Self-Compassion on Mental Health Problems. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(17). <https://doi.org/10.3390/ijerph191710497>
- Kotera, Y., Van Laethem, M., & Ohshima, R. (2020). Cross-cultural comparison of mental health between Japanese and Dutch workers: relationships with mental health shame, self-compassion, work engagement and motivation. *Cross Cultural and Strategic Management*, 27(3), 511–530. <https://doi.org/10.1108/CCSM-02-2020-0055>
- Kuvaas, B., Buch, R., Weibel, A., Dysvik, A., & Nerstad, C. G. L. (2017). Do intrinsic and extrinsic motivation relate differently to employee outcomes? *Journal of Economic Psychology*, 61, 244–258. <https://doi.org/10.1016/j.jeop.2017.05.004>
- Laforet, S. (2011). A framework of organisational innovation and outcomes in SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 17(4), 380–408. <https://doi.org/10.1108/13552551111139638>
- Liang, Z., Suntrayuth, S., Sun, X., & Su, J. (2023). Positive Verbal Rewards, Creative Self-Efficacy, and Creative Behavior: A Perspective of Cognitive Appraisal Theory. *Behavioral Sciences*, 13(3). <https://doi.org/10.3390/bs13030229>
- Lunenburg, F. C. (2011). Expectancy Theory of Motivation: Motivating by Altering Expectations. *International Journal of Management Business, and Administration*, 15, 1–9.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). Psychological capital: Developing the human competitive edge. *Oxford University Press*.
- Maharani, A. K. (2024). *UMKM di Indonesia Menjamur, 65% Pemiliknya adalah Perempuan*. GoodStats.

- Margaretha, J., & Sudibjo, N. (2024). *PENGARUH INTRINSIC MOTIVATION, PERCEIVED AUTONOMY SUPPORT, DAN JOB CRAFTING TERHADAP INNOVATIVE WORK BEHAVIOR DI TK-SD XYZ TANGERANG SELATAN [THE IMPACT OF INTRINSIC MOTIVATION, PERCEIVED AUTONOMY SUPPORT, AND JOB CRAFTING TOWARD INNOVATIVE WORK BEHAVIOR IN TK-SD XYZ SOUTH TANGERANG]*. 20(1), 23–43. <https://doi.org/10.1966/pji.v20i1.6550>
- Mariska. (2024). *Kriteria UMKM Menurut Peraturan Baru*. <Https://Kontrakhukum.Com/Article/Peraturan-Baru-Umkm/#:~:Text=Peraturan%20Pemerintah%20No.%207%20Tahun,Pada%2016%20Februari%202021%20lalu>.
- Mittal, S., & Dhar, R. L. (2015). Transformational leadership and employee creativity: Mediating role of creative self-efficacy and moderating role of knowledge sharing. *Management Decision*, 53(5), 894–910. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2014-0464>
- Mumford, M. D., & Gustafson, S. B. (1988). Creativity Syndrome: Integration, Application, and Innovation. In *Bulletin* (Vol. 103, Issue 1).
- Nardo, R., Hasymi, E., Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang Jl Khatib Sulaiman No, S., & Belanti Padang Utara, L. (2024). The influence of competence and intrinsic motivation on innovative behaviour with meaningfulness of work as a mediator. *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 479–486. www.exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS
- Nilasari, Medina. B., Nisfiannoor, M., & Daffa, Teuku. B. (2022). the role of intrinsic motivation on innovative work behavior in jakarta post covid-19 pandemic. *The International Journal of Organization Innovation*, 14 Number 4.
- Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). EMPLOYEE CREATIVITY: PERSONAL AND CONTEXTUAL FACTORS AT WORK. In *Management fournal* (Vol. 39, Issue 3).
- Oukes, T. (2011). Innovation work behavior: A case study at a tire manufacturer. *Thesis, Bachelor, University of Twente, Norway*.
- Pandey, S., & Sharma, R. (2009). Organizational Factors for Exploration and Exploitation. In *J. Technol. Manag. Innov* (Vol. 4, Issue 1). <http://www.jotmi.org>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies. In *Journal of Applied Psychology* (Vol. 88, Issue 5, pp. 879–903). <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Ranasinghe, V. R., & Samarasinghe, S. M. (2019). The Effect of Workplace Spirituality on Innovative Work Behavior. *International Business Research*, 12(12), 29. <https://doi.org/10.5539/ibr.v12n12p29>

- Riswan, A. A., Salsabila, C., Mulya, D. P. R., & Saputra, N. (2021). Innovative Work Behavior pada Pegawai di DKI Jakarta: Pengaruh Learning Agility, Work Engagement, dan Digital Readiness. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 2(2), 151–165. <https://doi.org/10.35912/simo.v2i2.833>
- Rogg, K. L., Schmidt, D. B., Shull, C., & Schmitt, N. (2001). *Human resource practices, organizational climate, and customer satisfaction*.
- Rousseau, D. M., & Greller, M. M. (n.d.). *Human Resource Practices: Administrative Contract Makers*.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2002). Overview of self-determination theory: An organismic-dialectical perspective. *Handbook of Self-Determination Research*, 3–33.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, 61. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Scott, S. G. , & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. . *The Academy Of Management Journal*, 37, 580–607.
- Sedgwick, P. (2014). Cross sectional studies: Advantages and disadvantages. In *BMJ (Online)* (Vol. 348). BMJ Publishing Group. <https://doi.org/10.1136/bmj.g2276>
- Sedyastuti, K. (2018). *Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global* (Vol. 2, Issue 1).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keterampilan* (7th ed.).
- Setyadhi, H., & Masdupi, E. (2021). *The Influence of Competence and Intrinsic Motivation on Innovative Behaviour Through Work Meaningfulness, as a Mediator, of the Employees of the Education Units of the Ministry of Industry in West Sumatera*.
- Shane, S. A. (1994). *ARE CHAMPIONS DIFFERENT FROM NON-CHAMPIONS?*
- Shin, S. J., & Zhou, J. (2003). Transformational Leadership, Conservation, and Creativity: Evidence from Korea. In *Source: The Academy of Management Journal* (Vol. 46, Issue 6).
- Su, W., Lyu, B., Chen, H., & Zhang, Y. (2020). How does servant leadership influence employees' service innovative behavior? The roles of intrinsic motivation and identification with the leader. *Baltic Journal of Management*, 15(4), 571–586. <https://doi.org/10.1108/BJM-09-2019-0335>

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta*.
- Suliman, A. M., & Al-Shaikh, F. N. (2007). Emotional intelligence at work: Links to conflict and innovation. *Employee Relations*, 29(2), 208–220. <https://doi.org/10.1108/01425450710720020>
- Sulistiyani, E., Administrasi Bisnis, J., Negeri Semarang, P., & Soedharto, J. H. (2017). *BEBERAPA DETERMINAN PERILAKU KERJA INOVATIF PADA KARYAWAN INDUSTRI BATIK SKALA EKSPOR SURAKARTA*.
- Suryani, I., Evi Zuhra, S., & Armia, S. (2018). *How Intrinsic Motivation and Innovative Work Behavior Affect Job Performance*. <https://data.unsyiah.ac.id/>
- Suzila Kassim, E., & Soffiq Saripin, M. (2019). FACTORS OF INNOVATIVE BEHAVIOR IN MALAYSIA. In *Article in Academy of Strategic Management Journal*. <https://www.researchgate.net/publication/350106400>
- Tantawy, M., Herbert, K., McNally, J. J., Mengel, T., Piperopoulos, P., & Foord, D. (2021). Bringing creativity back to entrepreneurship education: Creative self-efficacy, creative process engagement, and entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing Insights*, 15. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2021.e00239>
- Taştan, S. B. (2013). The Influences of Participative Organizational Climate and Self-Leadership on Innovative Behavior and the Roles of Job Involvement and Proactive Personality: A Survey in the Context of SMEs in Izmir. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 407–419. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.045>
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2002). Creative Self-Efficacy: Its Potential Antecedents and Relationship to Creative Performance. In *Source: The Academy of Management Journal* (Vol. 45, Issue 6).
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2011). Creative Self-Efficacy Development and Creative Performance Over Time. *Journal of Applied Psychology*, 96(2), 277–293. <https://doi.org/10.1037/a0020952>
- Tran, K. T., Nguyen, P. V., & Nguyen, L. M. (2018). The role of financial slack, employee creative self-efficacy and learning orientation in innovation and organizational performance. *Administrative Sciences*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/admsci8040082>
- Tremblay, M. A., Blanchard, C. M., Taylor, S., Pelletier, L. G., & Villeneuve, M. (2009). Work Extrinsic and Intrinsic Motivation scale: its value for organizational psychology research. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 41(4), 213–226. <https://doi.org/10.1037/a0015167>
- Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, K. dan M. (2008). *Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. <Https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Details/39653/Uu-No-20-Tahun-2008>.

- Usman, H., Bawuro, F., Shamsuddin, A., Wahab, E., & Bawuro, F. A. (2019). Mediating Role of Meaningful Work in the Relationship between Intrinsic Motivation and Innovative Work Behaviour. *Article in International Journal of Scientific & Technology Research*. www.ijstr.org
- Vallerand, R. J. (1992). Intrinsic, Extrinsic, and Amotivational Styles as Predictors of Behavior: A Prospective Study. In *Journal of Personality* (Vol. 60).
- Van Burg, E., Berends, H., & Van Raaij, E. M. (2014). Framing and interorganizational knowledge transfer: A process study of collaborative innovation in the aircraft industry. *Journal of Management Studies*, 51(3), 349–378. <https://doi.org/10.1111/joms.12055>
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2023). *Indonesia ranking in the Global Innovation Index 2023*. <Https://Www.Wipo.Int/Publications/En/Details.Jsp?Id=4679>.
- Yazfinedi. (2018). Usaha mikro, kecil, dan menengah di indonesia: permasalahan dan solusinya. *Jurnal Ilmiah Kesejahteraan Sosial*, XIV, 33–41.
- Yukl, G. (2006). Leadership in Organizations (6th ed.). *Pearson Education*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penerimaan Izin Penelitian



PEMERINTAH DAERAH KOTA CIREBON
**DINAS KOPERASI, USAHA KECIL, MENENGAH
PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN**
Jalan DR. Cipto Mangunkusumo No. 20, Cirebon 45131 Telepon (0231) 209155 Fax. (0231) 209155
Email dkukmpp@cirebonkota.go.id Website www.dkukmpp.cirebonkota.go.id

Cirebon, 17 Mei 2024

Kepada

Nomor : B/000/54/SEKRE/2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas
Muhammadiyah Cirebon
di-
Cirebon

Menindaklanjuti Surat dari Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Cirebon Nomor : 846/1.b/UMC-DK.FEE/V/2024 Tanggal 13 Mei 2024 Perihal Permohonan Izin Penelitian. Dengan data mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Ani Nur Afifah
NIM : 200111040
Prodi : Manajemen
Judul : "Pengaruh Intrinsic Motivation terhadap Innovative Work Behavior dengan Creative Self Efficacy sebagai Variabel Mmeiediasi"

Dengan ini kami sampaikan pada prinsipnya kami tidak keberatan dan menyetujui untuk menerima mahasiswa tersebut dengan ketentuan :

1. Melaporkan kedatangan dan tujuan kegiatan dengan menunjukkan surat izin dari DKUKMPP Kota Cirebon.
2. Mentaati peraturan dan ketentuan yang berlaku dan telah divaksin COVID-19.
3. Selama kegiatan berlangsung yang menyangkut pembiayaan menjadi tanggung jawab yang bersangkutan.
4. Setelah selesai melaksanakan kegiatan tersebut, agar membuat laporan yang digunakan untuk lingkungan sendiri dan diserahkan ke DKUKMPP Kota Cirebon.
5. Pelaksanaan Penelitian tersebut dilaksanakan pada bulan April 2024 sampai dengan Agustus 2024.

Surat izin ini tidak berlaku apabila mahasiswa tersebut ternyata tidak mentaati peraturan/ tata tertib pada DKUKMPP Kota Cirebon.

Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil,
Menengah, Perdagangan, dan
Perindustrian Kota Cirebon,



Ling Daiman, S.Ip., M.Si.
Pembina Utama Muda, IV/c
NIP. 196808221997031003

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSxE), BSSN

KUESIONER PENELITIAN

1. *Intrinsic Motivation (X1)*

Keterangan:

- STS : Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- N : Netral
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

Lampiran 2 Kuesioner Intrinsic Motivation

No.	Indikator	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Enjoyment	1. Bisnis atau usaha yang saya jalani berawal dari kesenangan saya untuk mempelajari hal-hal baru					
2	Satisfaction	2. Saya merasa puas dengan bisnis atau usaha yang saya jalani karena dapat memberikan tantangan baru yang menarik 3. Saya merasa puas jika dapat menyelesaikan permasalahan sulit dalam bisnis atau usaha yang sedang saya lakukan					

2. Innovative Work Behaviour

Keterangan:

- STS : Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- N : Netral
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

Lampiran 3 Kuesioner Innovative Work Behavior

No.	Indikator	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Idea Generation	1. Saya menciptakan ide atau gagasan baru dalam bisnis atau usaha yang saya jalankan					
		2. Saya menemukan sistem kerja, cara kerja, atau peralatan kerja baru dalam bisnis atau usaha yang saya jalankan					
		3. Saya dapat menemukan solusi terbaik untuk menyelesaikan permasalahan bisnis atau usaha yang sedang dihadapi					

	Idea Promotion	4. Saya terbuka dan selalu mendukung adanya ide atau gagasan baru untuk memajukan bisnis atau usaha saya					
2		5. Saya selalu berusaha agar karyawan atau pekerja selalu merasa bersemangat dalam menciptakan ide dan gagasan inovatif untuk memajukan bisnis atau usaha yang sedang dijalankan					
	Idea Realization	6. Saya menerapkan ide atau gagasan inovatif untuk memajukan bisnis atau usaha saya					
3		7. Saya menjelaskan tentang ide inovatif dalam bisnis atau usaha kepada karyawan atau pekerja dengan cara yang teratur					
		8. Saya mengevaluasi dan memperbaiki ide inovatif yang sudah diterapkan agar kedepannya dapat menjalankan bisnis atau usaha dengan lebih baik					

3. *Creative self-efficacy (Z)*

Keterangan:

- STS : Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- N : Netral
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

Lampiran 4 Kuesioner Creative Self-Efficacy

No.	Indikator	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1. Saya yakin dengan kreativitas yang saya miliki					
		2. Saya yakin jika dapat mengatasi masalah yang sulit secara tepat waktu, cepat, dan memuaskan					
		3. Saya memiliki imajinasi dan kecerdasan yang dapat membedakan diri saya dengan orang lain					
		4. Saya telah membuktikan jika sering menyelesaikan permasalahan yang rumit					
		5. Saya yakin jika saya mampu menyelesaikan permasalahan dengan kreativitas yang saya miliki					

*Lampiran 5 Loading Factor***Outer Loadings**

	Matrix			
		X	Y	Z
CSE1				0.788
CSE2				0.832
CSE3				0.821
CSE4				0.860
CSE5				0.729
IM1		0.777		
IM2		0.878		
IM3		0.758		
IWB 1				0.723
IWB2				0.752
IWB3				0.782
IWB4				0.778
IWB5				0.746
IWB6				0.796
IWB7				0.815
IWB8				0.792

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas, AVE

Construct Reliability and Validity

	Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extract...
		Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X		0.727	0.729	0.847	0.650
Y		0.904	0.905	0.922	0.598
Z		0.866	0.877	0.903	0.652

Lampiran 7 Hasil Uji HTMT

Discriminant Validity

		X	Y	Z
X				
Y		0.892		
Z		0.848	0.809	

Lampiran 8 Hasil Uji R-Square

R Square

	Matrix	R Square	R Square Adjusted
		R Square	R Square ...
Y		0.625	0.618
Z		0.460	0.455

Lampiran 9 Hasil Uji Goodness Of Fit

Model_Fit

	Fit Summary	rms Theta
	Saturated...	Estimate...
SRMR	0.076	0.076
d_ULS	0.780	0.780
d_G	0.441	0.441
Chi-Square	264.196	264.196
NFI	0.766	0.766

Lampiran 10 Hasil Uji Effect Size

f Square

	X	Y	Z
X		0.271	0.853
Y			
Z		0.266	

Lampiran 11 Hasil Uji Path Coefficients

Path Coefficients

	Original ...	Sample ...	Standard ...	T Statistic...	P Values
X -> Y	0.433	0.426	0.092	4.720	0.000
X -> Z	0.678	0.689	0.055	12.275	0.000
Z -> Y	0.430	0.434	0.090	4.801	0.000

Lampiran 12 Hasil Uji Spesific Indirect Effect

Specific Indirect Effects

Mean, STDEV, ...	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format		
	Original ...	Sample ...	Standard ...	T Statistic...	P Values
X -> Z -> Y	0.292	0.299	0.068	4.287	0.000

Lampiran 13 Tabulasi Data Intrinsic Motivation (X)

Intrinsic Motivation (X)			TOTAL
IM1	IM2	IM3	
5	5	5	15
4	4	4	12
3	4	5	12
5	5	5	15
4	2	2	8
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	4	14
5	4	2	11
3	4	4	11
3	3	3	9
3	5	5	13
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	4	13
5	5	5	15
4	4	5	13
5	4	4	13
4	4	3	11
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	4	14
5	5	4	14
2	5	5	12

5	5	5	15
5	5	5	15
3	4	4	11
5	5	5	15
5	4	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	3	12
5	2	4	11
5	5	5	15
2	1	3	6
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
3	4	5	12
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	4	14
5	4	4	13
5	5	5	15
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	3	11
4	5	4	13
4	4	4	12
5	4	5	14
4	5	4	13
5	4	5	14
5	5	5	15
4	3	4	11
3	4	4	11
5	5	5	15
3	4	5	12
3	4	5	12
4	5	4	13
4	4	5	13
5	5	3	13
4	4	4	12
4	4	5	13
4	5	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12

5	4	4	13
5	5	4	14
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	5	13
4	4	4	12
4	5	3	12
1	2	3	6
2	2	2	6
4	4	5	13
4	4	4	12
4	5	5	14
4	4	5	13
5	5	4	14
5	5	4	14
5	5	5	15
4	3	4	11
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	5	13
4	5	5	14
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
4	4	4	12
5	4	4	13
5	5	5	15
4	4	5	13
5	4	4	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
5	4	4	13

Lampiran 14 Tabulasi Data Innovative Work Behavior (Y)

Innovative Work Behavior (Y)								TOTAL
IWB1	IWB2	IWB3	IWB4	IWB5	IWB6	IWB7	IWB8	
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	2	3	4	4	3	4	4	28
4	4	4	5	4	4	3	4	32
5	5	5	5	5	4	4	4	37
4	2	1	4	4	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	5	5	4	5	37
5	5	4	5	4	5	4	5	37
3	4	5	4	4	5	4	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	4	4	4	4	5	5	4	35
5	3	5	5	5	4	4	4	35
4	4	2	4	3	4	3	4	28
5	4	4	5	3	5	4	5	35
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	5	4	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	4	5	5	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	4	3	5	5	4	4	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	4	2	4	4	4	3	4	30
4	4	5	5	5	5	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	3	3	3	4	3	4	28
5	5	4	5	3	5	3	5	35
4	4	4	4	5	4	4	4	33

4	3	3	4	4	4	4	3	29
4	4	4	3	4	4	4	4	31
5	4	4	5	4	5	4	4	35
4	4	5	5	4	5	5	5	37
4	4	4	5	3	4	3	4	31
4	4	3	4	5	5	4	5	34
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	5	5	4	5	35
4	4	4	3	3	4	4	5	31
4	3	3	4	3	4	3	4	28
4	4	5	4	5	4	4	5	35
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	5	4	5	4	5	4	35
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	3	4	4	5	5	5	5	36
4	3	4	4	4	4	3	4	30
2	2	3	4	4	4	4	3	26
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	5	5	3	4	5	33
3	4	5	2	2	3	4	5	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	33
2	3	3	4	4	4	3	4	27
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	4	4	4	4	35
4	3	3	4	4	4	3	4	29
4	3	4	4	4	4	4	4	31
5	4	4	5	5	4	5	4	36
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	3	4	5	4	4	4	32
4	3	3	4	4	4	3	4	29
5	5	4	5	5	5	5	5	39
3	4	4	5	5	4	5	5	35
4	4	4	4	4	4	3	5	32
4	4	5	5	5	4	5	5	37
1	3	2	4	4	3	1	3	21
2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	4	5	5	5	4	4	4	35
4	3	3	4	3	5	4	3	29

4	4	5	5	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	5	4	4	5	5	36
4	5	4	5	5	5	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	5	4	5	5	5	36
4	4	3	3	3	3	3	4	4	27
5	5	4	4	4	4	4	4	4	34
4	5	4	5	4	5	5	4	5	36
4	4	4	4	5	5	4	5	5	35
4	5	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	5	4	5	5	35
5	4	4	4	4	4	4	5	5	35
4	5	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	4	4	4	4	5	5	35
4	4	4	5	5	5	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	5	4	5	34
4	4	4	5	5	5	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	5	5	5	5	5	37
5	5	4	5	5	5	4	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Lampiran 15 Tabulasi Data Creative Self Efficacy (M)

Creative Self Efficacy (M)					TOTAL
CSE1	CSE2	CSE3	CSE4	CSE5	
5	5	5	5	5	25
5	5	4	3	5	22
5	4	5	4	4	22
5	5	4	5	5	24
5	4	2	4	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	5	5	4	4	23
4	5	5	3	1	18
4	4	4	4	4	20
3	3	4	3	3	16

5	4	3	5	4	21
5	5	3	3	4	20
4	2	3	3	3	15
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	2	4	3	4	17
3	4	4	4	4	19
4	3	4	4	3	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	3	4	21
5	5	5	5	5	25
4	3	3	3	4	17
3	3	4	3	3	16
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	3	2	3	3	14
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	4	22
4	4	3	3	2	16
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	22
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	5	4	4	4	21
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25

5	3	4	5	4	21
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20
2	3	5	4	4	18
5	4	4	4	2	19
1	2	2	3	4	12
5	5	5	5	5	25
3	3	3	4	4	17
5	4	4	2	3	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	4	3	4	17
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	5	22
4	4	3	3	4	18
3	3	4	2	5	17
4	4	3	4	4	19
4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
4	3	4	3	3	17
4	4	3	4	5	20
2	4	3	1	5	15
2	2	2	2	2	10
5	4	5	5	4	23
4	4	4	4	3	19
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	4	22
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
4	4	3	3	3	17
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25

4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25