

INTISARI

Saat ini kreativitas menjadi hal yang dianggap penting oleh organisasi. Hal ini membuat organisasi dan individu perlu mencari cara untuk meningkatkan kinerja kreatif mereka, salah satunya dengan menumbuhkan *mindfulness* dalam diri. Penelitian terdahulu telah mengeksplorasi hubungan antara *mindfulness* dan kreativitas, tetapi masih terdapat celah dalam penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *mindfulness* terhadap kinerja kreatif melalui keterikatan proses kreatif. Penelitian ini juga mempertimbangkan dukungan organisasional persepsian sebagai variabel moderator yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh tersebut.

Sampel penelitian ini adalah *product designer* yang bekerja pada *start-up* digital, dengan jumlah 125 orang. Data yang didapatkan diuji dengan SPSS macro-PROCESS untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kondisional dari variabel yang diujikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga hipotesis yang diajukan terdukung. *Mindfulness* terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja kreatif, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel keterikatan proses kreatif. Pengaruh positif dari *mindfulness* terhadap kinerja kreatif melalui keterikatan proses kreatif terbukti lebih kuat pada dukungan organisasional persepsian untuk kreativitas yang tinggi dibandingkan yang rendah. Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi penting, yaitu memperluas penjelasan hubungan antara *mindfulness* dan kreativitas, menjawab saran dari penelitian sebelumnya terkait dengan penggunaan variabel moderasi, mengonfirmasi teori komponensial kreativitas dan pertukaran sosial secara empiris, dan memberikan informasi pada individu dan perusahaan untuk meningkatkan kinerja kreatif.

Kata Kunci: *Mindfulness*, Keterikatan Proses Kreatif, Dukungan Organisasional Persepsian untuk Kreativitas, Kinerja Kreatif

ABSTRACT

Currently, creativity becomes an aspect that is considered essential by organization. This makes organizations and individual need to look for ways to improve their creative performance, one of which is by utilizing mindfulness in their self. A number of prior research have explored the relationship between mindfulness and creativity, but there is still a gap found in the research. This study aims to examine the influence of mindfulness on creative performance through creative process engagement. This study also considers the role of perceived organizational support for creativity as a moderating variable that can strengthen or weaken the relationship.

The sample of this study is product designers who work in digital start-up, with the total number of 125 respondents. The data obtained is then analyzed using SPSS macro-PROCESS to understand the conditional indirect effect of the researched variable. The results of this study indicate that the three hypothesis proposed are supported. Mindfulness is proven to have positive influence on creative performance, both directly and indirectly through the variable of creative process engagement. The positive influence of mindfulness on creative performance through creative process engagement is found to be stronger in high perceived organizational support for creativity. This study provides several contributions, namely: (1) widening the explanation of the relationship between mindfulness and creativity; (2) answering to the calls and recommendations from previous studies regarding the use of moderating variable; (3) confirming the theory of componential creativity and social exchange empirically; and (4) providing information to both individuals and organizations to improve creative performance.

Keywords: Mindfulness, Creative Process Engagement, Perceived Organizational Support for Creativity, Creative Performance