

INTISARI

Dalam proses adaptasi terhadap perubahan, organisasi dituntut untuk bisa menjawab ketidakpastian dan menekankan keunggulan kompetitif dengan gebrakan yang inovatif. Kepemimpinan otentik muncul sebagai salah satu gaya kepemimpinan yang merespon perubahan dinamis organisasi berdasarkan pada etika dan moral serta membangun hubungan kepercayaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepemimpinan otentik terhadap perilaku inovatif baik secara langsung dan tidak langsung melalui keterikatan proses kreatif, serta melihat peran iklim kreatif persepsian untuk kreativitas sebagai moderator dalam hubungan tersebut. Dengan pendekatan penelitian kuantitatif menggunakan survei, responden penelitian adalah karyawan *start-up* digital di Indonesia. Sample data dari penelitian ini sebanyak 151 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan SPSS *macro-PROCESS* untuk menguji hipotesis dan menilai efek moderasi dan mediasi dari variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepemimpinan otentik terhadap perilaku inovatif karyawan. Selain itu, analisis mediasi juga mengungkapkan bahwa keterikatan proses kreatif memediasi hubungan antara kepemimpinan otentik dan perilaku inovatif. Penelitian ini hanya menggunakan satu sumber informasi yaitu individu dengan metode pelaporan diri. Meskipun kuesioner telah dirancang untuk menghindari bias kepatutan sosial, akan lebih baik apabila penilaian dan data diambil dari dua jenis responden yaitu pemimpin dan karyawan. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan penilaian dari pemimpin dan karyawannya untuk menilai perilaku inovatif dan kepemimpinan otentik. Selain itu, penelitian ini telah memperluas penjelasan hubungan mekanisme pengaruh kepemimpinan otentik terhadap perilaku inovatif baik secara langsung dan tidak langsung melalui keterikatan proses kreatif. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan informasi bagi individu maupun organisasi mengenai bagaimana meningkatkan perilaku inovatif dan mempertimbangkan peran kepemimpinan otentik dalam organisasi. Penelitian ini mengonfirmasi teori pertukaran sosial dan teori kognitif sosial untuk menguji pengaruh kepemimpinan otentik terhadap perilaku inovatif melalui keterikatan proses kreatif dengan peran moderasi dari iklim kreatif persepsian.

Kata Kunci: Kepemimpinan Otentik, Keterikatan Proses Kreatif, Perilaku Inovatif, Iklim Kreatif Persepsian.

ABSTRACT

In the process of adaptation to change, organizations are required to be able to respond uncertainty and emphasize competitive advantage with innovative moves. Authentic leadership emerges as a leadership style that responds to organizational dynamic changes based on ethics, morals and builds a relationship of mutual trust. This study aims to examine the influence of authentic leadership on innovative behavior both directly and indirectly through the involvement of the creative process, and see the role of perceptions of the creative climate on creativity as a moderator in this relationship. Using a quantitative research approach with surveys, the research respondents are employees of digital start-ups in Indonesia. The sample data for this study were 151 respondents. The data obtained were analyzed with SPSS macro PROCESS to test the hypothesis and assess the moderating and mediating effects of these variables. The results of the study show that there is a significant relationship between authentic leadership on employee innovative behavior. In addition, mediation analysis also reveals that creative process engagement mediates the relationship between authentic leadership and innovative behavior. This study uses only one source of information, individuals with self-reporting methods. Although the questionnaire was designed to avoid social desirability bias, it would be better if the assessment and data were taken from two types of respondents, leaders and employees. Future research may use assessments of leaders and their employees to assess innovative behavior and authentic leadership. In addition, this study expands the explanation regarding the relationship between the mechanism of influence of authentic leadership on innovative behavior both directly and indirectly through the involvement of the creative process. This research can also be a reference for information for individuals and organizations on how to increase innovative behavior and consider the role of authentic leadership in organizations. This study also confirms social exchange theory and social cognitive theory to examine the effect of authentic leadership on innovative behavior through engaging the creative process with the moderating role of the perceived creative climate.

Keywords: Authentic Leadership, Creative Process Engagement, Innovative Behavior, Perceived Creative Climate.