

## **BAB 2**

### **LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Landasan teori**

##### **2.1.1 Perilaku Organisasi**

###### **2.1.1.1 Definisi Perilaku Organisasi**

Menurut Robbins (2009: 11) Perilaku Organisasi adalah bidang studi yang menyelidiki pengaruh yang dimiliki oleh individu, kelompok, dan struktur terhadap perilaku dalam organisasi, yang bertujuan menerapkan ilmu pengetahuan semacam ini guna meningkatkan keefektifan suatu organisasi.

Sedangkan menurut Luthans (2006: 20) perilaku organisasi didefinisikan sebagai pemahaman, prediksi, dan manajemen perilaku manusia dalam organisasi.

Berdasarkan definisi diatas maka disimpulkan bahwa perilaku organisasi adalah ilmu yang menyelidiki, memahami, memprediksi dan mengatur bagaimana perilaku individu dalam organisasi untuk meningkatkan efektivitas organisasi.

###### **2.1.1.2 Empat Karakter Utama dari bidang ilmu Perilaku Organisasi**

Greenberg dan Baron (2003: 4) menyatakan bahwa ada empat karakter utama dari bidang ilmu perilaku organisasi, yaitu:

1. Perilaku organisasi menggunakan metode ilmiah untuk mengatasi masalah-masalah manajerial. Pengetahuan dalam perilaku organisasi didasarkan pada ilmu perilaku (*behavioral sciences*), seperti psikologi dan sosiologi yang mencari tahu tentang perilaku manusia dan masyarakat melalui penggunaan metode ilmiah.
2. Perilaku organisasi fokus pada tiga level analisis, yaitu individu, kelompok, dan organisasi. Perilaku organisasi tidak hanya menyoroti orang-orang secara individual, karena dalam organisasi orang bekerja sama dalam kelompok dan tim. Lebih jauh, orang secara individu maupun kelompok mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan kerja mereka. Level individu yang dipelajari dalam perilaku organisasi misalnya sikap kerja, level kelompok misalnya komunikasi, dan level organisasi misalnya struktur.
3. Perilaku organisasi sebenarnya merupakan multi-disipliner. Perilaku organisasi tidak hanya mempelajari sebuah topik dari satu perspektif tertentu, melainkan juga mempertimbangkan berbagai macam pendekatan, mulai dari pendekatan psikologi yang sangat berorientasi pada individu, ilmu sosiologi yang lebih berorientasi pada kelompok, hingga isu-isu dalam kualitas organisasi yang dipelajari oleh para ilmuwan manajemen.
4. Perilaku organisasi berusaha mengembangkan efektivitas organisasi dan kualitas kehidupan dalam pekerjaan.

### **2.1.1.3 Disiplin ilmu yang mendukung Perilaku Organisasi**

Menurut Robbins (2009: 14) menyatakan secara detail tentang disiplin-disiplin ilmu yang mendukung perilaku organisasi, yaitu:

a. Psikologi

Ilmu pengetahuan yang berusaha mengukur, menjelaskan, dan terkadang mengubah perilaku manusia dan makhluk lain

b. Psikologi sosial

Bidang dalam psikologi yang memadukan konsep dari psikologi dan sosiologi serta berfokus pada pengaruh seseorang terhadap orang lainnya.

c. Sosiologi

Studi tentang manusia dalam kaitannya dengan lingkungan sosial dan kultur mereka

d. Antropologi

Studi kemasyarakatan untuk mempelajari manusia dan aktivitas-aktivitas mereka.

## **2.1.2 Perilaku Inovatif**

### **2.1.2.1 Definisi Perilaku Inovatif**

Perilaku inovatif didefinisikan sebagai keseluruhan tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan pada seluruh tingkat organisasi. Sesuatu yang baru dan menguntungkan meliputi pengembangan ide produk baru atau teknologi-teknologi, perubahan dalam prosedur administratif yang bertujuan untuk meningkatkan

relasi kerja atau penerapan dari ide-ide baru atau teknologi-teknologi untuk proses kerja yang secara signifikan meningkatkan efisiensi dan efektivitas mereka (Kleysen & Street dalam Kresnandito & Fajrianti, 2012).

Menurut De Jong & Den Hartog (2003) Perilaku inovatif dapat didefinisikan sebagai semua tindakan individu yang diarahkan pada generasi, pengenalan dan penerapan baru yang bermanfaat pada setiap tingkat organisasi.

Sedangkan menurut Scott dkk, dalam Nindyati (2009) perilaku inovatif yaitu sebagai intensi untuk memunculkan, meningkatkan dan menerapkan ide-ide baru dalam tugasnya, kelompok kerjanya atau organisasinya.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku inovatif merupakan seluruh tindakan individu yang mengacu pada pengenalan atau penerapan ide-ide baru yang bertujuan meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi.

#### **2.1.2.2 Tahap Perilaku Inovatif**

De Jong & Den Hartog (2003:26-27) merinci lebih mendalam perilaku inovatif dalam melakukan proses inovasi menjadi 4 tahap sebagai berikut:

##### **1. Melihat Peluang**

Melihat peluang bagi karyawan untuk mengidentifikasi berbagai peluang/kesempatan yang ada. Peluang dapat berawal dari ketidak kongruenan dan diskontinuitas yang terjadi karena adanya

ketidaksesuaian dengan pola yang diharapkan misalnya timbulnya masalah pada pola kerja yang sudah berlangsung, adanya kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, atau adanya indikasi trends yang sedang berubah.

## 2. Mengeluarkan Ide

Dalam fase ini, karyawan mengeluarkan konsep baru dengan tujuan untuk perbaikan. Hal ini meliputi mengeluarkan ide sesuatu yang baru atau memperbaharui pelayanan, pertemuan dengan klien dan teknologi pendukung. Kunci dalam mengeluarkan ide adalah mengombinasikan dan mereorganisasikan informasi dan konsep yang telah ada sebelumnya untuk memecahkan masalah dan atau meningkatkan kinerja.

## 3. Memperjuangkan

Maksudnya disini untuk mengembangkan dan mengimplementasikan ide, karyawan harus memiliki perilaku yang mengacu pada hasil. Perilaku Inovasi Konvergen meliputi usaha menjadi juara dan bekerja keras. Seorang yang berperilaku juara mengeluarkan seluruh usahanya pada ide kreatif. Usaha menjadi juara meliputi membujuk dan mempengaruhi karyawan dan juga menekan dan bernegosiasi. Untuk mengimplementasikan inovasi sering dibutuhkan koalisi, mendapatkan kekuatan dengan menjual ide kepada rekan yang berpotensi.

## 4. Aplikasi

Dalam fase ini meliputi perilaku karyawan yang ditujukan untuk membangun, menguji, dan memasarkan pelayanan baru. Hal ini

berkaitan dengan membuat inovasi dalam bentuk proses kerja yang baru ataupun dalam proses rutin yang biasa dilakukan.

### **2.1.2.3 Ciri-ciri manusia yang berperilaku inovatif**

Inkeles et al dalam Purba (2009: 156) mengemukakan secara detail tentang ciri-ciri manusia yang berperilaku inovatif yang terdiri dari 11 aspek, yaitu:

1. Bersikap terbuka terhadap inovasi
2. Mempunyai persepsi positif terhadap potensi inovasi
3. Menghargai kreatifitas inovasi seseorang
4. Selalu siap menghadapi perubahan sosial
5. Berpandangan yang luas
6. Memiliki dorongan ingin tahu yang kuat
7. Berorientasi pada masa sekarang dan masa yang akan datang dari pada masa yang lampau
8. Berorientasi dan percaya pada perencanaan
9. Lebih percaya pada hasil perhitungan manusia dan pemikiran manusia dari pada takdir atau pembawaan
10. Menghargai keterampilan manusia seutuhnya
11. Menyadari sepenuhnya dampak keputusan yang dibuatnya

### **2.1.2.4 Karakter dari individu yang memiliki perilaku inovatif**

George dan Zhou dalam Purba (2009: 156) menyatakan tentang karakter dari individu yang memiliki perilaku inovatif adalah:

- a. Mencari tahu teknologi baru, proses, teknik dan ide-ide baru

- b. Menghasilkan ide-ide kreatif
- c. Memajukan dan memperjuangkan ide-ide ke orang lain
- d. Meneliti dan menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan ide-ide baru
- e. Mengembangkan rencana dan jadwal yang matang untuk mewujudkan ide baru tersebut, dan
- f. Kreatif. lebih lanjut

### **2.1.3 *Self - Esteem* (Harga Diri)**

#### **2.1.3.1 Definisi *Self - Esteem* (Harga Diri)**

Menurut Robbins (2009: 137) harga diri didefinisikan sebagai tingkat dimana individu menyukai atau tidak menyukai diri mereka sendiri dan sampai mana mereka menganggap diri mereka berharga atau tidak sebagai manusia.

Baron & Byrne dalam Geldard (2010) menyebut *self-esteem* atau harga diri sebagai penilaian terhadap diri sendiri yang dibuat individu dan dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki orang lain dalam menjadi pembanding.

Branden dalam Yanni (2007: 7) mengemukakan bahwa harga diri merupakan persepsi diri seseorang tentang keberhargaannya yang diperoleh dari hasil interaksi dengan lingkungan yang berwujud penghargaan, penerimaan dan perlakuan orang lain terhadap dirinya.

Shahizan (2003) mengungkapkan bahwa harga diri merupakan evaluasi positif dan negatif tentang diri sendiri yang dimiliki

seseorang. Evaluasi ini memperlihatkan bagaimana individu menilai dirinya sendiri dan diakui atau tidaknya kemampuan dan keberhasilan yang diperolehnya. Penilaian tersebut terlihat dari penghargaan mereka terhadap keberadaan dan keberartian dirinya.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan, harga diri atau *self-esteem* adalah penilaian yang dilakukan oleh individu mengenai dirinya sendiri dimana dihargai atau tidaknya kemampuan dan keberhasilan mereka.

### **2.1.3.2 Dimensi *Self - Esteem* (Harga Diri)**

Menurut Branden dalam Yanni (2007: 7) ada dua dimensi dalam harga diri yaitu :

1. Perasaan kompetensi pribadi atau kepercayaan diri (*self confidence*) : rasa percaya diri dalam kemampuan seseorang untuk berpikir dan bertindak mengatasi masalah yang didasarkan pada tantangan dalam kehidupannya.
2. Perasaan nilai pribadi atau penghormatan diri (*self respect*) : rasa percaya diri dengan semakin-yakinnya akan menjadi sukses dan bahagia, menjadi orang yang patut dihargai dan memiliki hak untuk mewujudkan segala kebutuhan-kebutuhan dan ingin meraih segala yang dicita-citakan dan menikmati hasil atas usahanya tersebut.

### 2.1.3.3 Faktor-faktor yang Menurunkan dan Meningkatkan Harga Diri

Menurut Coopersmith dalam Yanni (2007: 9) ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan dan menurunkan penghargaan seseorang terhadap dirinya sendiri antara lain :

a. Penerimaan atau Penghargaan Terhadap Diri (*Self Derogtrion*)

Individu yang berharga akan memiliki penilaian yang lebih baik atau positif terhadap dirinya, sebaliknya individu yang merasa dirinya tidak berharga akan memiliki penilaian atau harga diri yang negatif.

b. Kepemimpinan atau Popularitas (*Leadership/Popularity*)

Penilaian atau keberatian diri diperoleh seseorang pada saat seseorang harus berperilaku sesuai dengan tuntutan sosialnya menandakan kemampuan untuk membedakan dirinya dengan orang lain atau lingkungan tersebut. Dalam situasi ini seseorang akan menerima dirinya serta membuktikan seberapa besar pengaruh dirinya atau popularitas diantara teman-teman sebayanya.

c. Keluarga - Orang Tua (*Family-Parents*)

Keluarga atau orang tua merupakan porposi terbesar yang mempengaruhi pembentukan harga diri. Hal ini disebabkan orang tua dan keluarga merupakan model pertama dalam proses imitasi, dimana anak akan memberikan penilaian terhadap dirinya sebagaimana orang tua menilai dirinya yang berlangsung dalam jangka waktu yang relatif cukup lama.

d. Asertivitas - Kecemasan (*Assertiveness–Anxiety*)

Seseorang cenderung terbuka dalam menerima keyakinan (*belief*), nilai-nilai (*Values*), sikap (*attitude*), dan aspek moral dari seseorang maupun lingkungan tempat dimana seseorang berada jika dirinya diterima dan dihargai. Sebaliknya seseorang cenderung mengalami kecemasan bila dirinya ditolak (*rejection*) oleh lingkungannya.

Dapat disimpulkan bahwa faktor yang dapat meningkatkan dan menurunkan harga diri seseorang terdiri dari penerimaan dan penghargaan terhadap diri (*self derogation*), kepemimpinan dan popularitas (*leadership/popularity*), keluarga-orang tua (*Family-parents*), dan asertivitas-kecemasan (*assertiveness-anxiety*).

#### **2.1.3.4 Manfaat Harga Diri Yang Tinggi**

Khera dalam Yanni (2007: 10) menyebutkan beberapa manfaat dari harga diri yang tinggi, yaitu:

- a. Membentuk pendirian yang kuat
- b. Membangkitkan kemauan untuk menerima tanggung jawab
- c. Membentuk sikap optimistik
- d. Meningkatkan hubungan dan hidup lebih berarti
- e. Membuat seseorang lebih peka terhadap kebutuhan orang lain dan mengembangkan sikap saling mengasihi
- f. Memotivasi diri dan berambisi
- g. Membuat seseorang bersikap terbuka terhadap peluang dan tantangan baru

- h. Memperbaiki kinerja dan meningkatkan kemampuan mengambil resiko
- i. Membantu seseorang dalam memberi dan menerima kritik dan penghargaan dengan bijaksana dan mudah

## **2.1.4 *Organizational Citizenship Behavior (OCB)***

### **2.1.4.1 Pengertian *Organizational Citizenship Behavior (OCB)***

*Organizational Citizenship Behavior* atau kewarganegaraan organisasional merupakan bagian dari ilmu perilaku organisasi. Dasar kepribadian untuk OCB merefleksikan ciri karyawan yang kooperatif, suka menolong perhatian dan bersungguh-sungguh. Sedangkan dasar sikap mengidentifikasikan bahwa karyawan terlibat dalam OCB untuk membalas tindakan organisasi (Luthans, 2006: 251).

Perilaku Kewarganegaraan Organisasional (*Organizational Citizenship Behavior*) adalah perilaku yang merupakan pilihan dan inisiatif individual, tidak berkaitan dengan *system reward* formal organisasi tetapi secara agregat meningkatkan efektivitas organisasi. Hal ini berarti perilaku tersebut tidak termasuk kedalam persyaratan kerja atau deskripsi kerja karyawan sehingga jika tidak ditampilkan pun tidak diberikan hukuman. (Organ, 2006)

Menurut Robbins (2009) *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) adalah perilaku pilihan yang tidak menjadi bagian dari kewajiban kerja formal seorang karyawan, namun mendukung berfungsinya organisasi tersebut secara efektif.

Berdasarkan berbagai pendapat yang dikemukakan oleh para ahli diatas bahwa *Organization Citizenship Behaviour* yaitu perilaku

individu yang bersifat sukarela sebagai wujud dari kepuasan berdasarkan *performance*, tidak diperintahkan secara formal.

#### **2.1.4.2 Dimensi Organizational Citizenship Behavior (OCB)**

Dimensi OCB menurut Organ (2006) adalah sebagai berikut :

##### *1. Altruism*

Perilaku karyawan dalam menolong rekan kerjanya yang mengalami kesulitan dalam situasi yang sedang dihadapi baik mengenai tugas dalam organisasi maupun masalah pribadi orang lain. Dimensi ini mengarah kepada memberi pertolongan yang bukan merupakan kewajiban yang ditanggungnya.

##### *2. Conscientiousness*

Perilaku yang ditunjukkan dengan berusaha melebihi yang diharapkan perusahaan. Perilaku sukarela yang bukan merupakan kewajiban atau tugas karyawan. Dimensi ini menjangkau jauh diatas dan jauh ke depan dari panggilan tugas .

##### *3. Sportmanship*

Perilaku yang memberikan toleransi terhadap keadaan yang kurang ideal dalam organisasi tanpa mengajukan keberatan – keberatan. Seseorang yang mempunyai tingkatan yang tinggi dalam sportmanship akan meningkatkan iklim yang positif diantara karyawan, karyawan akan lebih sopan dan bekerja sama dengan yang lain sehingga akan menciptakan lingkungan kerja yang lebih menyenangkan.

#### 4. *Courtesy*

Menjaga hubungan baik dengan rekan kerjanya agar terhindar dari masalah – masalah interpersonal. Seseorang yang memiliki dimensi ini adalah orang yang menghargai dan memperhatikan orang lain, yaitu membantu teman kerja, mencegah timbulnya masalah sehubungan dengan pekerjaannya dengan cara memberi konsultasi dan informasi serta menghargai kebutuhan mereka.

#### 5. *Civic Virtue*

Perilaku yang mengindikasikan tanggung jawab pada kehidupan organisasi (mengikuti perubahan dalam organisasi, mengambil inisiatif untuk merekomendasikan bagaimana operasi atau prosedur – prosedur organisasi dapat diperbaiki, dan melindungi sumber – sumber yang dimiliki oleh organisasi). Dimensi ini mengarah pada tanggung jawab yang diberikan organisasi kepada seorang untuk meningkatkan kualitas bidang pekerjaan yang ditekuni.

#### **2.1.4.3 Manfaat *Organizational Citizenship Behavior* (OCB)**

Melalui sejumlah riset, OCB diyakini dan terbukti dapat memberikan manfaat yang besar terhadap organisasi, diantaranya adalah berikut ini, menurut Organ (2006: 199) :

- a. OCB dapat meningkatkan produktivitas rekan kerja
- b. OCB juga mampu meningkatkan produktivitas manajer
- c. OCB dapat menghemat sumber daya yang dimiliki manajemen dan organisasi secara keseluruhan

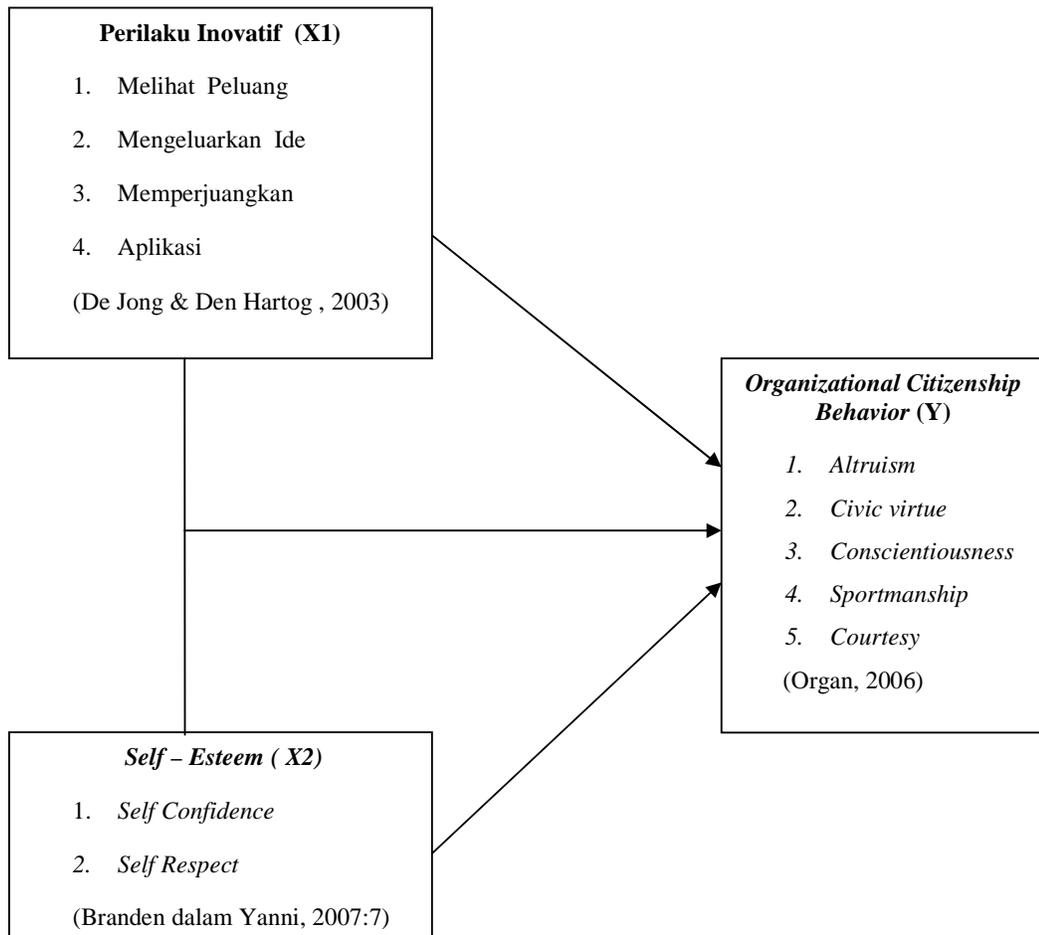
- d. OCB menjadi sarana yang efektif untuk mengkoordinasi kegiatan tim kerja secara efektif
- e. OCB meningkatkan kemampuan organisasi untuk merekrut dan mempertahankan karyawan dengan kualitas performa yang baik
- f. OCB dapat mempertahankan stabilitas kinerja organisasi
- g. OCB membantu kemampuan organisasi untuk bertahan dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan.

### **2.1.5 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Berikut ini hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini:

1. Penelitian oleh : Ishak, Noormala Amir. Hussein, Norashikin. Yunus, Noorlaila pada tahun 2009 dengan judul jurnal "*Individual Innovativeness and Self – Esteem Roles in Influencing Employee’s Organizational Citizenship Behavior*" hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa ada hubungan dan pengaruh antara variabel perilaku individu terhadap OCB yang dilihat dari dimensi – dimensi OCB, dan ada hubungan dan pengaruh antara Self –Esteem dengan OCB yang juga dilihat juga dari dimensi – dimensi OCB.
2. Penelitian Oleh : Ariani, Dorothea Wahyuni pada tahun 2012, dengan judul "*Linking the Self-Esteem to Organizational Citizenship Behavior*" hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga diri terhadap OCB, yang menjadi pengaruh signifikan adalah *Self - Esteem Personality*. Bagaimana harga diri seorang karyawan dapat mempengaruhi perilaku karyawan dalam memberikan kontribusi yang lebih bagi organisasi.

## 2.2 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

## 2.3 Uji Hipotesis

X1 : Perilaku Inovatif

X2 : *Self - Esteem*

Y : *Organizational Citizenship Behavior (OCB)*

### Untuk T - 1

- T - 1 : Pengaruh Perilaku Inovatif (X1) terhadap *Organizational Citizenship Behavior (Y)*.

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Perilaku Inovatif (X1) terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (Y).

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan Perilaku Inovatif (X1) terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (Y).

#### **Untuk T – 2**

- T – 2 : Pengaruh *Self – Esteem* (X2) terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (Y).

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Self – Esteem* (X2) terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (Y).

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan *Self – Esteem* (X2) terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (Y).

#### **Untuk T – 3**

- T – 3 : Pengaruh Perilaku Inovatif (X1) dan *Self – Esteem* (X2) terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (Y).

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Perilaku Inovatif (X1) dan *Self – Esteem* (X2) terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (Y).

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan Perilaku Inovatif (X1) dan *Self – Esteem* (X2) terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (Y).