Prof. Dr. Ester Manik, M.M.

PSYCHOLOGICAL CAPITAL, CURIOSITY, DAN KREATIVITAS KARYAWAN DALAM ORGANISASI

Pendekatan Organisasi Positif



PSYCHOLOGICAL CAPITAL, CURIOSITY, DAN KREATIVITAS KARYAWAN DALAM ORGANISASI

Pendekatan Organisasi Positif

Prof. Dr. Ester Manik, M.M.

Penerbit Widina

PSYCHOLOGICAL CAPITAL, CURIOSITY,
DAN KREATIVITAS KARYAWAN DALAM ORGANISASI:
PENDEKATAN PSIKOLOGI ORGANISASI POSITIF

Penulis:
Prof. Dr. Ester Manik, M.M.

Desain Cover:
Andi Juliandi

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Neneng Sri Wahyuni

ISBN:
978-634-317-155-3

Cetakan Pertama:
April, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau
seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Perkembangan organisasi modern yang ditandai oleh kemajuan teknologi, dinamika global, serta kompleksitas permasalahan yang semakin tinggi telah menempatkan kreativitas karyawan sebagai salah satu faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan dan keunggulan kompetitif organisasi. Dalam konteks ini, organisasi tidak lagi hanya bertumpu pada sumber daya fisik atau finansial, tetapi juga pada kemampuan individu untuk menghasilkan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide-ide baru secara berkelanjutan.

Berbagai kajian sebelumnya telah menyoroti pentingnya faktor individu dan lingkungan dalam mendorong kreativitas. Salah satu konstrak yang mendapat perhatian luas adalah *Psychological capital*, yang merepresentasikan kapasitas psikologis positif individu yang terdiri dari *Self-Efficacy*, *hope*, *resilience*, dan *Optimism*. Namun demikian, hubungan antara *Psychological capital* dan kreativitas karyawan masih sering dipahami secara linier, sehingga belum sepenuhnya mampu menjelaskan proses psikologis yang mendasari bagaimana kapasitas tersebut diterjemahkan menjadi perilaku kreatif.

Buku referensi ini disusun untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengajukan suatu kerangka konseptual integratif yang menempatkan *curiosity* sebagai mekanisme psikologis utama yang menghubungkan *Psychological capital* dengan kreativitas karyawan. Berbeda dengan pendekatan yang bersifat statis dan linier, buku ini mengadopsi perspektif prosesual yang menekankan pentingnya eksplorasi kognitif dalam memahami bagaimana potensi psikologis individu diwujudkan dalam bentuk kreativitas.

Kontribusi utama buku ini terletak pada upaya mengintegrasikan dua ranah kajian yang selama ini cenderung berkembang secara terpisah, yaitu *Psychological capital* dalam perspektif positive *Organizational Behavior* dan *curiosity* sebagai mekanisme eksploratif dalam proses kognitif. Dalam buku ini, *curiosity* tidak hanya diposisikan sebagai karakteristik individu, tetapi sebagai mekanisme aktif yang mendorong pencarian informasi, integrasi pengetahuan, serta pengembangan ide-ide baru.

Selain itu, buku ini juga menawarkan perspektif dinamis dalam memahami hubungan antara *Psychological capital*, *curiosity*, dan kreativitas. Ketiga konstruk tersebut tidak dipandang sebagai variabel yang berdiri sendiri, melainkan sebagai bagian dari suatu sistem psikologis yang saling berinteraksi. Kreativitas yang dihasilkan tidak hanya menjadi output, tetapi juga berpotensi memperkuat kapasitas psikologis individu di masa yang akan datang.

Secara sistematis, buku ini diawali dengan pembahasan mengenai konteks organisasi modern dan pentingnya kreativitas karyawan, dilanjutkan dengan kajian teoritis mengenai kreativitas, psikologi positif, *Psychological capital*, serta *curiosity*.

Selanjutnya, buku ini mengembangkan model konseptual integratif yang menjelaskan mekanisme hubungan antar variabel, yang kemudian diuji secara empiris. Pada bagian akhir, disajikan implikasi teoretis, implikasi praktis, serta agenda penelitian masa depan.

Buku referensi ini ditujukan bagi akademisi, peneliti, praktisi, serta mahasiswa yang memiliki minat dalam bidang perilaku organisasi, manajemen sumber daya manusia, dan inovasi. Diharapkan buku ini dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur serta membuka ruang diskusi yang lebih luas mengenai peran mekanisme psikologis dalam mendorong kreativitas karyawan.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan, baik dari sisi konseptual maupun empiris. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang konstruktif untuk pengembangan kajian di masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada rekan-rekan akademisi dan peneliti yang telah memberikan masukan, diskusi, serta dukungan intelektual selama proses penulisan buku ini, khususnya kepada Bapak Dr. Iwan Shidarta. M.M yang telah memberikan kontribusi pemikiran yang sangat berarti dalam pengembangan ide dan penyempurnaan substansi buku ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada institusi STIE Pasundan Bandung yang telah memberikan lingkungan akademik yang kondusif bagi pengembangan penelitian.

Secara khusus, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ketua STIE Pasundan Bandung atas dukungan, kepercayaan, serta komitmen dalam mendorong pengembangan kegiatan akademik dan penelitian, sehingga proses penulisan buku ini dapat berjalan dengan baik.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada para reviewer dan berbagai pihak yang telah memberikan masukan yang berharga dalam penyempurnaan buku ini. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga atas dukungan, kesabaran, dan pengertian selama proses penulisan.

Akhirnya, penulis berharap buku ini dapat memberikan manfaat yang luas serta menjadi salah satu referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik manajemen, khususnya dalam memahami dan mengembangkan kreativitas karyawan dalam organisasi.

Bandung, Maret 2026

Penulis

KATA PERSEMBAHAN

Buku ini kupersembahkan dengan penuh cinta dan rasa syukur
kepada keluarga tercinta, yang menjadi sumber kekuatan, inspirasi,
dan makna dalam setiap langkah perjalanan ilmiahku.

Kepada suamiku tercinta Lindon Tampubolon,
yang senantiasa menghadirkan dukungan, kesabaran,
dan keteguhan dalam setiap proses yang tidak selalu mudah.

Kepada anak-anakku tersayang,
Eldo Bonadio Placido dan Ganesia Oinekke Enaulia,
yang menjadi cahaya harapan dan semangat untuk terus berkarya.

Kepada menantu Wina Dina Maria Naibaho yang dengan kehangatan
dan kebersamaan menghadirkan ruang yang penuh arti.

Serta kepada cucu tersayang, Benaya Malonai Tampubolon,
yang kehadirannya menjadi pengingat akan masa depan yang penuh harapan.

Kalian semua adalah cahaya yang menerangi perjalanan ini, bukan hanya sebagai keluarga tetapi sebagai alasan mengapa setiap karya ini layak untuk diperjuangkan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
KATA PERSEMBAHAN ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **vi**

BAGIAN I GLOBALISASI DAN TRANSFORMASI ORGANISASI **1**
BAB 1 PERUBAHAN LINGKUNGAN ORGANISASI MODERN **2**
A. Globalisasi dan Transformasi Organisasi 2
B. Peran Faktor Psikologis Dalam Kreativitas Karyawan 4
C. Digitalisasi dan Perubahan Pola Kerja 7
D. Tantangan Organisasi Dalam Menghadapi Ketidakpastian 10
E. Dampak Perubahan Terhadap Perilaku Karyawan 13
BAB 2 KREATIVITAS SEBAGAI SUMBER KEUNGGULAN ORGANISASI **17**
A. Definisi Kreativitas Dalam Organisasi 17
B. Kreativitas dan Inovasi Organisasi 21
C. Kreativitas Sebagai Keunggulan Kompetitif 23
D. Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas Karyawan 26
E. Teori-Teori Kreativitas 29
F. Tingkatan Kreativitas Dalam Organisasi 30
G. Kreativitas Dalam Era Digital 30
H. Model Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas 31
I. Kreativitas Dalam Perspektif Umum 32

BAGIAN II PSIKOLOGI ORGANISASI POSITIF **35**
BAB 3 PERKEMBANGAN PSIKOLOGI POSITIF DALAM ORGANISASI **36**
A. Konsep Psikologi Positif 36
B. Positive *Organizational Behavior* 38
C. Kontribusi Psikologi Positif Dalam Organisasi 41
D. Psikologi Positif Dalam Manajemen SDM 44
E. Psikologi Positif 47
BAB 4 *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* SEBAGAI SUMBER DAYA PSIKOLOGIS **50**
A. *Psychological capital* 50
B. Konsep *Psychological capital* 52
C. Perkembangan Penelitian *Psychological capital* 55
D. *Human Capital*, *Social Capital*, dan *Psychological capital* 58
E. Pengukuran *Psychological capital* 60

F. Landasan Teori *Psychological Capital* 63
G. Perkembangan Penelitian *Psychological Capital* 63
H. *Psychological capital* dan Kreativitas Karyawan 64
BAB 5 DIMENSI *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* **66**
A. *Self-Efficacy* 66
B. *Hope* 68
C. *Resilience* 70
D. *Optimism* 72
E. Integrasi Empat Dimensi Psycap 75
F. Mekanisme Psikologis *Psychological capital* Dalam Perilaku Kerja 77
G. *Psychological capital* Sebagai Sistem Psikologis 78
H. *Psychological capital* Dalam Kreativitas Karyawan 78
I. Integrasi Dimensi *Psychological capital* Sebagai Sistem Psikologis 79

BAGIAN III *CURIOSITY* DAN KREATIVITAS KARYAWAN **83**
BAB 6 *CURIOSITY* DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI **84**
A. Definisi *Curiosity* 84
B. Jenis *Curiosity* Dalam Psikologi 88
C. *Curiosity* Dalam Pembelajaran Individu 91
D. *Curiosity* Dalam Konteks Organisasi 95
E. Teori *Curiosity* Dalam Psikologi 98
F. *Curiosity* Dalam Organisasi 99
G. *Curiosity* Dan Kreativitas 100
H. *Curiosity* Sebagai Mekanisme Psikologis Dalam Kreativitas 100
BAB 7 KREATIVITAS KARYAWAN DALAM ORGANISASI **104**
A. Konsep Kreativitas Karyawan 104
B. Proses Kognitif Kreativitas 107
C. Pengukuran Kreativitas Karyawan 111
D. Kreativitas dan Kinerja Organisasi 115
E. Proses Kreatif Dalam Pekerjaan 119
F. Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas Karyawan 120

BAGIAN IV MODEL KONSEPTUAL *PSYCHOLOGICAL CAPITAL*, *CURIOSITY*, DAN KREATIVITAS **121**
BAB 8 *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* DAN KREATIVITAS KARYAWAN **122**
A. *Psychological capital* Sebagai Sumber Motivasi 122
B. *Self-Efficacy* dan Kreativitas 125
C. *Hope* dan Pencarian Solusi Kreatif 127
D. *Resilience* Dalam Proses Kreatif 130
E. *Optimism* dan Eksplorasi Ide Baru 132

F. *Psychological capital* dan Kreativitas 135
BAB 9 *CURIOSITY* SEBAGAI MEKANISME KREATIVITAS 138
A. *Curiosity* Sebagai Dorongan Eksplorasi 138
B. *Curiosity* dan Pembelajaran Individu 141
C. *Curiosity* dan Ide Kreatif 143
D. *Curiosity* Sebagai Mediator Kreativitas 145
E. *Curiosity* Sebagai Mekanisme Mediasi Dalam Hubungan *Psychological capital* dan Kreativitas Karyawan 147
BAB 10 MODEL KONSEPTUAL INTEGRATIF 151
A. Integrasi *Psychological capital, Curiosity,* dan *Creativity* 151
B. Kerangka Teoritis Hubungan Antar Variabel 152
C. Model Konseptual Penelitian 155
D. Hipotesis Penelitian 157
E. Model Sebagai Sistem Dinamis 162

BAGIAN V STUDI EMPIRIS 165
BAB 11 METODOLOGI PENELITIAN 166
A. Desain Penelitian 166
B. Populasi dan Sampel Penelitian 168
C. Instrumen Penelitian 170
D. Teknik Analisis Data 174
E. Justifikasi Metode Penelitian 179
F. Potensi Bias Dalam Penelitian 179
BAB 12 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 181
A. Analisis Hasil Penelitian 181
B. Pengaruh Psycap Terhadap *Curiosity* 183
C. Pengaruh Psycap Terhadap Kreativitas 185
D. Pengaruh *Curiosity* Terhadap Kreativitas 187
E. Hasil Dan Pembahasan 190
BAB 13 IMPLIKASI MANAJERIAL DAN AGENDA PENELITIAN MASA DEPAN 193
A. Implikasi Teoretis Berbasis Model Penelitian 193
B. Implikasi Praktis Bagi Organisasi 194
C. Agenda Penelitian Masa Depan 194
D. Implikasi Bagi Organisasi 195
E. Strategi Meningkatkan Psycap 197
F. Pengembangan *Curiosity* Karyawan 200
G. Agenda Penelitian Masa Depan 202
DAFTAR PUSTAKA 205
GLOSARIUM 211
PROFIL PENULIS 215

BAGIAN I
GLOBALISASI DAN TRANSFORMASI ORGANISASI

BAB 1

PERUBAHAN LINGKUNGAN ORGANISASI MODERN

A. GLOBALISASI DAN TRANSFORMASI ORGANISASI

1. Globalisasi sebagai pendorong perubahan organisasi

Globalisasi pada hakikatnya merupakan suatu fenomena struktural yang ditandai oleh intensifikasi keterhubungan antarnegara dalam berbagai dimensi kehidupan, meliputi ekonomi, teknologi, komunikasi, serta arus informasi. Perkembangan teknologi digital yang semakin progresif, disertai dengan kemajuan sistem transportasi, telah mengakselerasi proses integrasi global secara signifikan. Konsekuensinya, batas-batas geografis tidak lagi menjadi penghalang utama dalam aktivitas bisnis dan organisasi. Dalam konteks ini, organisasi tidak lagi dapat diposisikan sebagai entitas yang beroperasi secara lokal atau nasional semata, melainkan dituntut untuk bertransformasi menjadi aktor yang adaptif dan kompetitif dalam lanskap global yang dinamis.

Dalam era globalisasi, organisasi dihadapkan pada konfigurasi persaingan yang kian kompleks dan multidimensional. Integrasi pasar internasional memungkinkan terjadinya kompetisi langsung antarproduk dan layanan lintas negara dalam ruang pasar yang sama. Di sisi lain, kemajuan teknologi komunikasi telah menciptakan akselerasi pertukaran informasi yang luar biasa cepat, sehingga inovasi yang muncul di suatu wilayah dapat dengan segera memengaruhi praktik organisasi di wilayah lain. Selain itu, meningkatnya mobilitas tenaga kerja turut membentuk lingkungan kerja yang semakin heterogen, baik dari segi latar belakang budaya, kompetensi, maupun orientasi kerja, yang pada gilirannya menuntut kemampuan manajerial yang lebih adaptif dan inklusif.

Transformasi tersebut secara inheren menuntut organisasi untuk memiliki kapasitas adaptif yang tinggi guna menjaga keberlanjutan operasional sekaligus memperkuat daya saingnya. Pendekatan strategis yang bersifat konvensional dan statis tidak lagi memadai dalam merespons dinamika lingkungan yang sarat dengan ketidakpastian. Sebaliknya, organisasi dituntut untuk mengembangkan strategi yang responsif, fleksibel, dan berbasis pada pembelajaran berkelanjutan. Dalam kerangka ini, sumber daya manusia menempati posisi yang sangat strategis sebagai

BAB 2

KREATIVITAS SEBAGAI SUMBER KEUNGGULAN ORGANISASI

A. PENGERTIAN DAN KONSEP KREATIVITAS

1. Konsep dasar kreativitas dalam organisasi

Kreativitas merupakan salah satu konsep penting dalam kajian perilaku organisasi modern. Dalam konteks organisasi, kreativitas tidak hanya dipahami sebagai kemampuan individu untuk menghasilkan ide baru, tetapi juga sebagai proses berpikir yang memungkinkan seseorang menemukan solusi yang berbeda dan lebih efektif terhadap berbagai permasalahan pekerjaan. Kreativitas menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan bisnis yang menuntut organisasi untuk terus berinovasi dan beradaptasi terhadap perubahan.

Secara umum, kreativitas dalam organisasi merujuk pada kemampuan individu atau kelompok untuk menghasilkan gagasan yang baru, orisinal, dan bermanfaat bagi penyelesaian tugas pekerjaan. Ide kreatif tersebut dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti pengembangan metode kerja yang lebih efisien, penciptaan produk baru, maupun perbaikan proses organisasi yang sudah ada. Kreativitas tidak selalu berarti menciptakan sesuatu yang sepenuhnya baru, tetapi juga dapat berupa kemampuan mengombinasikan berbagai pengetahuan yang telah ada menjadi solusi yang lebih efektif (Amabile et al., 1996).

Dalam lingkungan organisasi, kreativitas sering kali muncul melalui interaksi antara individu dengan lingkungan kerja. Karyawan yang memiliki kesempatan untuk mengeksplorasi ide, berbagi pengetahuan, serta mendapatkan dukungan dari organisasi cenderung lebih mampu mengekspresikan potensi kreatif mereka. Oleh karena itu, kreativitas tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan individu, tetapi juga oleh kondisi lingkungan kerja yang mendukung proses berpikir kreatif.

Kreativitas juga berkaitan dengan kemampuan individu dalam melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda. Individu yang kreatif cenderung mampu mengidentifikasi peluang baru serta menemukan berbagai alternatif solusi yang mungkin tidak terpikirkan sebelumnya. Kemampuan ini menjadi sangat penting dalam organisasi modern yang dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks dan membutuhkan pendekatan penyelesaian masalah yang inovatif.

BAGIAN II
PSIKOLOGI ORGANISASI POSITIF

BAB 3

PERKEMBANGAN PSIKOLOGI POSITIF DALAM ORGANISASI

A. KONSEP PSIKOLOGI POSITIF

1. Munculnya Psikologi Positif

Psikologi positif dapat dipahami sebagai suatu pendekatan kontemporer dalam disiplin psikologi yang berorientasi pada pengembangan potensi optimal individu serta eksplorasi kekuatan-kekuatan psikologis yang inheren dalam diri manusia. Pendekatan ini lahir sebagai respons kritis terhadap kecenderungan dominan dalam kajian psikologi klasik yang selama beberapa dekade lebih menitikberatkan perhatian pada aspek patologis, seperti gangguan mental, disfungsi perilaku, dan berbagai bentuk kelemahan individu. Dalam kerangka ini, psikologi positif berupaya mereorientasi fokus kajian menuju dimensi-dimensi konstruktif, seperti *Optimisme*, harapan, resiliensi, serta beragam sumber daya psikologis yang memungkinkan individu berkembang secara lebih utuh dan berkelanjutan.

Dalam konteks organisasi, pendekatan psikologi positif menawarkan perspektif paradigmatik yang lebih komprehensif dalam memahami dinamika perilaku karyawan. Organisasi tidak lagi semata-mata berfokus pada upaya mitigasi terhadap permasalahan, seperti stres kerja, kelelahan emosional, atau konflik internal, melainkan mulai mengarahkan perhatian pada pengembangan kekuatan psikologis individu sebagai sumber keunggulan kompetitif. Karyawan dipandang bukan sekadar sebagai faktor produksi, tetapi sebagai entitas yang memiliki kapasitas berkembang, berkreasi, dan memberikan kontribusi bermakna bagi pencapaian tujuan organisasi.

Lebih lanjut, perkembangan psikologi positif tidak dapat dilepaskan dari meningkatnya tuntutan organisasi modern untuk menciptakan lingkungan kerja yang tidak hanya produktif, tetapi juga sehat secara psikologis. Dalam lanskap kerja yang ditandai oleh perubahan yang cepat dan tingkat ketidakpastian yang tinggi, organisasi memerlukan individu-individu yang memiliki ketangguhan psikologis serta kemampuan adaptif yang kuat. Dalam hal ini, psikologi positif menjadi landasan konseptual yang semakin relevan dalam praktik pengelolaan sumber daya manusia, khususnya dalam upaya membangun kapasitas individu yang resilien dan berdaya saing tinggi (Hobfoll, 2002).

BAB 4

PSYCHOLOGICAL CAPITAL SEBAGAI SUMBER DAYA PSIKOLOGIS

A. *PSYCHOLOGICAL CAPITAL*

1. Posisi *Psychological capital* dalam Perspektif Modal Organisasi

Dalam kajian perilaku organisasi dan manajemen sumber daya manusia, konsep modal (*capital*) sering digunakan untuk menjelaskan berbagai sumber daya yang dapat meningkatkan kinerja individu maupun organisasi. Secara umum, literatur manajemen mengenal beberapa bentuk modal utama, seperti *Human Capital*, *Social Capital*, dan economic *capital*. Setiap bentuk modal tersebut memberikan kontribusi berbeda terhadap produktivitas dan keberhasilan organisasi.

Human Capital merujuk pada pengetahuan, keterampilan, serta kompetensi yang dimiliki individu sebagai hasil dari pendidikan dan pengalaman. Modal ini berperan penting dalam meningkatkan kapasitas kerja serta kemampuan individu dalam menyelesaikan berbagai tugas profesional. Sementara itu, *Social Capital* berkaitan dengan jaringan hubungan sosial, kepercayaan, dan norma yang memungkinkan terjadinya kerja sama dan pertukaran informasi dalam organisasi.

Meskipun kedua bentuk modal tersebut sangat penting, para peneliti mulai menyadari bahwa keberhasilan individu dalam organisasi tidak hanya ditentukan oleh apa yang mereka ketahui atau siapa yang mereka kenal, tetapi juga oleh kondisi psikologis yang mereka miliki. Dalam konteks inilah konsep *Psychological capital* (PsyCap) berkembang sebagai bentuk modal yang berfokus pada kekuatan psikologis individu.

Psychological capital merujuk pada keadaan psikologis positif yang ditandai oleh empat komponen utama, yaitu *Self-Efficacy*, *hope*, *Optimism*, dan *resilience*. Keempat dimensi tersebut membentuk sumber daya psikologis yang memungkinkan individu menghadapi tantangan, mempertahankan motivasi, serta tetap produktif dalam berbagai situasi kerja.

Berbeda dengan *Human Capital* yang berfokus pada kemampuan yang dipelajari, maupun *Social Capital* yang berkaitan dengan hubungan sosial, *Psychological capital* menekankan pada bagaimana individu memandang dirinya sendiri, masa depan, serta kemampuannya dalam menghadapi kesulitan. Oleh karena itu, PsyCap sering

BAB 5

DIMENSI *PSYCHOLOGICAL CAPITAL*

A. *SELF-EFFICACY*

1. Pengertian self efficacy dalam konteks organisasi

Self-Efficacy merupakan salah satu dimensi fundamental dalam konstruksi *Psychological capital* yang berkaitan erat dengan keyakinan individu terhadap kapasitas dirinya dalam menyelesaikan tugas maupun menghadapi berbagai tantangan yang dihadapi. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Albert Bandura dalam kerangka *Social Cognitive Theory*, yang menegaskan bahwa perilaku individu secara signifikan dipengaruhi oleh keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri. Dalam konteks organisasi, *Self-Efficacy* merepresentasikan tingkat kepercayaan diri karyawan dalam menjalankan tanggung jawab profesional serta mencapai target kerja yang telah ditetapkan secara efektif.

Secara konseptual, *Self-Efficacy* tidak semata-mata berkaitan dengan kapasitas objektif atau keterampilan aktual yang dimiliki individu, melainkan lebih menekankan pada persepsi subjektif mengenai kemampuan tersebut. Dalam hal ini, dua individu dengan tingkat kompetensi yang relatif setara dapat menunjukkan performa yang berbeda secara signifikan apabila memiliki tingkat *Self-Efficacy* yang tidak sama. Individu dengan *Self-Efficacy* tinggi cenderung mengonstruksi tugas yang kompleks sebagai tantangan yang dapat dikuasai, sedangkan individu dengan *Self-Efficacy* rendah lebih mungkin memaknai situasi tersebut sebagai ancaman yang harus dihindari.

Dalam lingkungan organisasi, karyawan yang memiliki *Self-Efficacy* tinggi umumnya menunjukkan tingkat keyakinan yang kuat terhadap kemampuannya dalam mengatasi berbagai kesulitan pekerjaan. Keyakinan ini mendorong individu untuk menetapkan standar tujuan yang lebih tinggi, mengalokasikan usaha yang lebih besar, serta mempertahankan ketekunan ketika berhadapan dengan hambatan. Selain itu, mereka cenderung memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap tekanan kerja dan tidak mudah mengalami keputusasaan ketika menghadapi kegagalan yang bersifat sementara. Sebaliknya, individu dengan *Self-Efficacy* rendah lebih rentan terhadap keraguan diri, cenderung menghindari tugas yang menantang, serta menunjukkan keterbatasan dalam inisiatif dan keberanian dalam pengambilan tindakan (Choi et al., 2019).

BAGIAN III
CURIOSITY DAN
KREATIVITAS KARYAWAN

BAB 6

CURIOSITY DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI

A. DEFINISI *CURIOSITY*

Curiosity dalam perspektif psikologi dipahami sebagai dorongan intrinsik individu untuk mencari informasi baru, memahami fenomena yang belum diketahui, serta mengeksplorasi pengalaman yang menimbulkan ketertarikan kognitif. *Curiosity* mendorong individu untuk mengurangi kesenjangan pengetahuan dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap lingkungan sekitarnya. Dalam kajian perilaku organisasi, *curiosity* tidak hanya dilihat sebagai sifat personal, tetapi juga sebagai faktor yang berkontribusi terhadap kreativitas dan pembelajaran berkelanjutan.

Secara konseptual, definisi *curiosity* dapat dipahami melalui beberapa aspek berikut.

1. *Curiosity* sebagai dorongan intrinsik eksploratif

Curiosity merupakan bentuk motivasi intrinsik yang mendorong individu untuk melakukan eksplorasi tanpa harus bergantung pada imbalan eksternal. Dorongan ini muncul dari kebutuhan internal untuk memahami, mengetahui, dan menguasai informasi baru. Berbeda dengan motivasi ekstrinsik yang dipicu oleh penghargaan atau konsekuensi eksternal, *curiosity* tumbuh dari ketertarikan kognitif yang bersifat alami dan berorientasi pada pengembangan diri.

Secara psikologis, *curiosity* muncul ketika individu menyadari adanya kesenjangan antara pengetahuan yang dimiliki dan informasi yang belum dipahami. Kesenjangan tersebut menciptakan ketegangan kognitif yang memicu dorongan untuk mencari penjelasan, klarifikasi, atau pengalaman baru. Dalam proses ini, eksplorasi menjadi respons aktif untuk mencapai keseimbangan pemahaman. Dengan demikian, *curiosity* berfungsi sebagai mekanisme regulasi kognitif yang mendorong individu untuk terus belajar.

Gross, Zedelius, dan Schooler (2020) menjelaskan bahwa *curiosity* merupakan fondasi penting dalam proses kreatif karena mendorong individu untuk bertanya, mengeksplorasi kemungkinan baru, serta mengembangkan perspektif alternatif. Ketika individu memiliki dorongan eksploratif yang kuat, mereka cenderung tidak menerima informasi secara pasif, melainkan aktif mengkritisi, membandingkan, dan

BAB 7

KREATIVITAS KARYAWAN DALAM ORGANISASI

A. KONSEP KREATIVITAS KARYAWAN

Kreativitas karyawan merujuk pada kemampuan individu dalam organisasi untuk menghasilkan ide, gagasan, atau solusi yang bersifat baru dan bermanfaat bagi pekerjaan maupun organisasi. Kreativitas tidak hanya berkaitan dengan inovasi produk, tetapi juga mencakup perbaikan proses kerja, metode pelayanan, serta pendekatan manajerial yang lebih efektif. Dalam perspektif perilaku organisasi, kreativitas dipahami sebagai sumber pembaruan yang memungkinkan organisasi berkembang secara berkelanjutan.

Konsep kreativitas karyawan dapat dijelaskan melalui beberapa aspek berikut.

1. Kreativitas sebagai Produksi Ide yang Orisinal dan Bermanfaat

Dalam literatur perilaku organisasi, kreativitas dipahami sebagai tahap awal dari inovasi. Harari, Reaves, dan Viswesvaran (2016) menjelaskan bahwa kreativitas merupakan produksi ide yang orisinal dan berguna, sedangkan inovasi mencakup implementasi dari ide tersebut dalam praktik organisasi. Dengan demikian, kreativitas berfokus pada proses penciptaan gagasan, sementara inovasi menekankan realisasi dan penerapan gagasan tersebut dalam sistem kerja.

Konseptualisasi ini menegaskan bahwa kreativitas berada pada ranah kognitif dan konseptual, sedangkan inovasi bergerak pada ranah operasional dan struktural. Tanpa kreativitas, inovasi tidak memiliki sumber gagasan yang dapat dikembangkan. Oleh karena itu, kreativitas dapat dipandang sebagai fondasi awal dalam siklus pembaruan organisasi.

Keunikan (originality) dan kebermanfaatan (usefulness) menjadi dua kriteria utama dalam menilai kreativitas. Ide yang baru tetapi tidak relevan dengan kebutuhan organisasi tidak dapat dikategorikan sebagai ide kreatif yang efektif. Sebaliknya, ide yang berguna tetapi tidak memiliki unsur kebaruan juga kurang mencerminkan kreativitas. Kreativitas yang berkualitas adalah perpaduan antara kebaruan dan relevansi dalam konteks kerja tertentu. Artinya, nilai kreativitas selalu bersifat kontekstual dan terkait dengan tujuan organisasi.

BAGIAN IV
MODEL KONSEPTUAL *PSYCHOLOGICAL CAPITAL*, *CURIOSITY*, DAN KREATIVITAS

BAB 8

PSYCHOLOGICAL CAPITAL DAN KREATIVITAS KARYAWAN

A. *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* SEBAGAI SUMBER MOTIVASI

Psychological capital (*PsyCap*) merupakan salah satu konsep penting dalam kajian psikologi positif organisasi yang menekankan kekuatan psikologis individu sebagai sumber daya yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kinerja dan kesejahteraan kerja. Konsep ini muncul sebagai respons terhadap pendekatan tradisional dalam manajemen sumber daya manusia yang lebih banyak menekankan pada kelemahan atau masalah psikologis karyawan. Dalam pendekatan psikologi positif, perhatian diarahkan pada potensi, kekuatan, serta kapasitas psikologis individu yang dapat menjadi modal strategis bagi organisasi.

Avey, Luthans, dan Jensen (2009) menjelaskan bahwa *Psychological capital* terdiri atas empat komponen utama, yaitu *Self-Efficacy*, *hope*, *resilience*, dan *Optimism*. Keempat komponen tersebut membentuk suatu sumber daya psikologis positif yang mampu meningkatkan motivasi, ketekunan, serta kemampuan individu dalam menghadapi berbagai tantangan pekerjaan. *Self-Efficacy* mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas yang menantang. Individu dengan tingkat *Self-Efficacy* tinggi cenderung lebih percaya diri, berani mengambil inisiatif, serta tidak mudah menyerah ketika menghadapi kesulitan. Sementara itu, *hope* berkaitan dengan kemampuan individu dalam menetapkan tujuan yang jelas serta menemukan berbagai jalur alternatif untuk mencapainya. Individu yang memiliki tingkat *hope* tinggi tidak hanya memiliki keinginan kuat untuk mencapai tujuan, tetapi juga memiliki kemampuan kognitif untuk merancang strategi yang efektif.

Komponen berikutnya adalah *resilience*, yaitu kemampuan individu untuk bangkit kembali setelah mengalami kegagalan, tekanan, atau perubahan yang tidak diharapkan. Dalam konteks organisasi yang dinamis, kemampuan untuk bertahan dan beradaptasi terhadap perubahan menjadi faktor penting bagi keberhasilan individu maupun organisasi. Individu dengan tingkat *resilience* tinggi mampu melihat kegagalan sebagai proses pembelajaran sehingga mereka tetap mampu mempertahankan motivasi dan semangat kerja. Adapun *Optimism* berkaitan dengan kecenderungan individu untuk memiliki pandangan positif terhadap masa depan

BAB 9

CURIOSITY SEBAGAI MEKANISME KREATIVITAS

A. *CURIOSITY* SEBAGAI DORONGAN EKSPLORASI

Curiosity merupakan dorongan intrinsik yang mendorong individu untuk mencari informasi baru, memahami fenomena yang belum diketahui, serta mengeksplorasi berbagai kemungkinan alternatif. Dalam perspektif psikologi organisasi, *curiosity* dipandang sebagai bentuk energi kognitif yang memotivasi individu untuk keluar dari pola pikir rutin dan memperluas batas pengetahuan yang dimiliki. Rasa ingin tahu membuat individu tidak puas dengan informasi yang bersifat permukaan, tetapi terdorong untuk menggali makna yang lebih dalam dari suatu fenomena.

Dalam lingkungan kerja modern yang ditandai oleh kompleksitas masalah dan perubahan yang cepat, *curiosity* menjadi salah satu faktor psikologis yang penting dalam mendorong pembelajaran dan inovasi. Individu yang memiliki tingkat *curiosity* tinggi cenderung lebih aktif mencari informasi baru, mempertanyakan asumsi yang sudah mapan, serta mencoba memahami hubungan antara berbagai ide yang sebelumnya tidak terlihat berkaitan. Sikap ini membuka ruang bagi munculnya perspektif baru yang dapat memperkaya proses berpikir kreatif.

Menurut Gross, Zedelius, dan Schooler (2020), *curiosity* dapat dipahami sebagai "benih kreativitas" karena memicu pencarian aktif terhadap ide, perspektif, serta pengalaman baru. Rasa ingin tahu mendorong individu untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan yang sebelumnya tidak terpikirkan. Ketika seseorang tertarik pada suatu fenomena, ia akan terdorong untuk mencari penjelasan, mengumpulkan informasi tambahan, serta mencoba memahami fenomena tersebut dari berbagai sudut pandang.

Proses pencarian informasi ini merupakan tahap awal yang penting dalam pembentukan ide kreatif. Kreativitas sering kali muncul dari kombinasi berbagai pengetahuan dan pengalaman yang sebelumnya tidak saling berkaitan. Dengan memperluas jangkauan eksplorasi informasi, *curiosity* meningkatkan kemungkinan terjadinya asosiasi ide yang unik dan orisinal.

BAB 10

MODEL KONSEPTUAL INTEGRATIF

A. INTEGRASI *PSYCHOLOGICAL CAPITAL*, *CURIOSITY*, DAN *CREATIVITY*

Model integratif dalam buku ini dibangun atas premis bahwa kreativitas karyawan tidak muncul secara spontan, melainkan merupakan hasil dari interaksi dinamis antara sumber daya psikologis individu dan mekanisme eksplorasi kognitif yang dimilikinya. Dalam konteks ini, kreativitas dipandang sebagai proses psikologis yang berkembang melalui pemanfaatan potensi internal individu yang kemudian diarahkan pada aktivitas eksploratif dan inovatif.

Psychological capital (PsyCap) berperan sebagai sumber energi psikologis utama yang mendorong individu untuk menghadapi tantangan, mengambil inisiatif, serta mempertahankan motivasi dalam situasi kerja yang kompleks. *Curiosity* berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang mengarahkan energi tersebut ke dalam proses eksplorasi pengetahuan, pencarian ide baru, serta keinginan untuk memahami hal-hal yang belum diketahui. Sementara itu, *Creativity* menjadi keluaran perilaku yang tampak dalam bentuk gagasan baru, solusi inovatif, maupun cara kerja yang lebih efektif dalam menyelesaikan permasalahan organisasi.

Psychological capital terdiri dari empat dimensi utama, yaitu *Self-Efficacy*, *hope*, *resilience*, dan *Optimism* (Luthans et al., 2007). *Self-Efficacy* menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas-tugas yang menantang. *Hope* berkaitan dengan kemampuan individu untuk menetapkan tujuan yang jelas serta menemukan berbagai jalur untuk mencapainya. *Resilience* mencerminkan kapasitas individu untuk bangkit kembali dari kegagalan atau tekanan, sedangkan *Optimism* berkaitan dengan kecenderungan individu untuk memandang masa depan secara positif. Keempat dimensi ini membentuk kesiapan psikologis yang memungkinkan individu menghadapi ketidakpastian, tekanan kerja, serta perubahan lingkungan organisasi secara lebih adaptif.

Meskipun demikian, kesiapan psikologis yang tinggi tidak secara otomatis menghasilkan kreativitas. Individu yang memiliki *Psychological capital* yang kuat belum tentu menunjukkan perilaku kreatif apabila tidak memiliki dorongan untuk mengeksplorasi pengetahuan, mempertanyakan asumsi yang ada, atau mencari perspektif baru dalam pekerjaan. Oleh karena itu, diperlukan suatu mekanisme psikologis yang mampu mengarahkan energi positif tersebut ke dalam aktivitas

BAGIAN V
STUDI EMPIRIS

BAB 11

METODOLOGI PENELITIAN

A. DESAIN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel yang diteliti. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengujian hubungan antar konstruk psikologis yang dapat diukur secara empiris melalui instrumen penelitian yang terstruktur. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, peneliti dapat menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya serta mengidentifikasi kekuatan hubungan antar variabel secara objektif melalui analisis statistik.

Desain *explanatory research* digunakan karena penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena, tetapi juga untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, fokus utama adalah menjelaskan bagaimana *Psychological capital* memengaruhi *Creativity*, baik secara langsung maupun melalui *Curiosity* sebagai variabel mediator. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme psikologis yang mendasari munculnya kreativitas karyawan dalam organisasi.

Secara khusus, penelitian ini dirancang untuk menguji model hubungan antar variabel yang terdiri dari tiga konstruk utama, yaitu *Psychological capital*, *Curiosity*, dan *Creativity*. Ketiga variabel tersebut dipilih berdasarkan kerangka teoritis dalam psikologi positif organisasi serta hasil penelitian empiris sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara sumber daya psikologis individu dan perilaku kreatif di tempat kerja.

Penelitian ini bersifat cross-sectional, yaitu pengumpulan data dilakukan pada satu periode waktu tertentu. Desain *cross-sectional* banyak digunakan dalam penelitian perilaku organisasi karena memungkinkan peneliti memperoleh gambaran hubungan antar variabel dalam waktu yang relatif singkat. Dalam pendekatan ini, data dikumpulkan dari responden pada satu titik waktu, kemudian dianalisis untuk melihat pola hubungan antar konstruk yang diteliti. Menurut John W. Creswell (2014), desain *cross-sectional* sangat sesuai digunakan dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan menguji model konseptual atau kerangka hubungan antar variabel psikologis.

BAB 12

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. ANALISIS HASIL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *Psychological capital* (PsyCap), *curiosity*, dan kreativitas karyawan dalam organisasi. Analisis dilakukan untuk mengetahui sejauh mana PsyCap mampu meningkatkan rasa ingin tahu karyawan serta mendorong munculnya kreativitas dalam lingkungan kerja. Selain itu, penelitian ini juga menguji apakah *curiosity* memiliki peran penting dalam menjembatani hubungan antara PsyCap dan kreativitas.

Dalam konteks organisasi modern yang ditandai dengan dinamika perubahan yang cepat, persaingan yang tinggi, serta tuntutan inovasi yang berkelanjutan, sumber daya psikologis karyawan menjadi faktor strategis dalam meningkatkan kinerja organisasi. Organisasi tidak lagi hanya bergantung pada sumber daya fisik dan teknologi, tetapi juga pada kualitas psikologis individu yang bekerja di dalamnya. Oleh karena itu, pengembangan *Psychological capital* menjadi semakin relevan dalam upaya meningkatkan kemampuan adaptasi dan kreativitas karyawan.

Psychological capital terdiri dari empat komponen utama, yaitu *hope*, *Self-Efficacy*, *resilience*, dan *Optimism*. Keempat komponen tersebut membentuk sumber daya psikologis positif yang memungkinkan individu untuk menghadapi tantangan kerja secara lebih efektif. Individu dengan tingkat PsyCap yang tinggi cenderung memiliki keyakinan diri yang kuat dalam menyelesaikan tugas, memiliki harapan terhadap pencapaian tujuan, mampu bangkit kembali dari kegagalan, serta mempertahankan pandangan positif terhadap masa depan.

Menurut Fred Luthans dan kolega, PsyCap merupakan bentuk sumber daya psikologis positif yang dapat dikembangkan dan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja, kepuasan kerja, serta perilaku inovatif karyawan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh James B. Avey menunjukkan bahwa PsyCap mampu membantu individu dalam menghadapi tekanan kerja sekaligus meningkatkan kesejahteraan psikologis serta efektivitas kerja dalam organisasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PsyCap memiliki hubungan yang signifikan dengan *curiosity* dan kreativitas karyawan. Individu yang memiliki PsyCap tinggi cenderung lebih terbuka terhadap pengalaman baru, lebih percaya diri

BAB 13

IMPLIKASI MANAJERIAL DAN AGENDA PENELITIAN MASA DEPAN

A. IMPLIKASI TEORETIS BERBASIS MODEL PENELITIAN

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan literatur psikologi organisasi dengan menunjukkan bahwa hubungan antara *Psychological capital* dan kreativitas tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui mekanisme psikologis tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *curiosity* memainkan peran penting sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *Psychological capital* terhadap kreativitas.

Temuan ini memperkaya pemahaman teoretis mengenai bagaimana kondisi psikologis positif dapat diterjemahkan menjadi perilaku inovatif dalam organisasi. *Psychological capital* menyediakan sumber daya psikologis yang menciptakan kondisi mental positif bagi individu, seperti keyakinan diri, harapan terhadap keberhasilan, *Optimism*e, serta kemampuan untuk bangkit kembali dari kegagalan. Namun, kondisi tersebut belum tentu secara otomatis menghasilkan kreativitas tanpa adanya dorongan eksplorasi pengetahuan dan pengalaman baru.

Dalam kerangka ini, *curiosity* berperan sebagai mekanisme yang mengarahkan energi psikologis positif menuju proses eksplorasi ide. Individu yang memiliki rasa ingin tahu tinggi cenderung lebih aktif mencari informasi baru, mengeksplorasi berbagai kemungkinan alternatif, serta mengombinasikan pengetahuan yang berbeda untuk menghasilkan gagasan yang inovatif. Dengan demikian, model penelitian ini memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai proses psikologis yang menghubungkan *Psychological capital* dengan kreativitas.

Secara teoretis, temuan ini juga memperluas kajian mengenai *Psychological capital* yang selama ini lebih banyak dikaitkan dengan kinerja dan kesejahteraan kerja. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Psychological capital* juga memiliki peran penting dalam mendorong perilaku inovatif melalui mekanisme psikologis yang berkaitan dengan eksplorasi pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, M., & Raja, U. (2015). Impact of *Psychological capital* on innovative performance and job stress. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 32(2), 128–138. https://doi.org/10.1002/cjas.1314

Agarwal, P., & Farndale, E. (2017). High performance work systems and *Creativity* implementation: The role of *Psychological capital* and *Psychological* safety. *Human Resource Management Journal*, 27(3), 440–458. https://doi.org/10.1111/1748-8583.12148

Akkermans, J., Richardson, J., & Kraimer, M. L. (2020). The COVID-19 crisis as a career shock: Implications for careers and vocational behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 119, 103434. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103434

Alessandri, G., Consiglio, C., Luthans, F., & Borgogni, L. (2018). Testing a dynamic model of the impact of *Psychological capital* on work engagement and job performance. *Career Development International*, 23(1), 33–47. https://doi.org/10.1108/cdi-11-2016-0210

Altig, D., Baker, S., Barrero, J. M., Bloom, N., Bunn, P., Chen, S., & Mihaylov, E. (2020). Economic uncertainty before and during the COVID-19 pandemic. *Journal of Public Economics*, 191, 104274.

Alzghoul, A., Elrehail, H., Emeagwali, O. L., & AlShboul, M. K. (2018). Knowledge management, workplace climate, *Creativity* and performance: The role of authentic leadership. *Journal of Workplace Learning*, 30(8), 592–612. https://doi.org/10.1108/jwl-12-2017-0111

Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing the work environment for *Creativity*. *Academy of Management Journal*, 39(5), 1154–1184. https://doi.org/10.5465/256995

Anwar, A., Abid, G., & Waqas, A. (2019). Authentic leadership and *Creativity*: Moderated mediation model of *resilience* and *hope* in the health sector. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 10(1), 18–29. https://doi.org/10.3390/ejihpe10010003

Avey, J. B., Luthans, F., & Jensen, S. M. (2009). *Psychological capital*: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human Resource Management*, 48(5), 677–693. https://doi.org/10.1002/hrm.20294

Bakas, D., & Triantafyllou, A. (2020). Commodity price volatility and the economic uncertainty of pandemics. *Economics Letters*, 193, 109283. https://doi.org/10.1016/j.econlet.2020.109283

Baker, S. R., Bloom, N., Davis, S. J., & Terry, S. J. (2020). COVID-induced economic uncertainty (NBER Working Paper No. 26983). National Bureau of Economic Research.

Bierema, L. L. (2020). HRD research and practice after "The Great COVID-19 Pause": The time is now for bold, critical research. *Human Resource Development International*, 23(4), 347–360. https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1779912

Bloom, N. (2020). *How working from home works out*. Stanford Institute for Economic Policy Research.

Bolisani, E., Scarso, E., Ipsen, C., Kirchner, K., & Hansen, J. P. (2020). Working from home during COVID-19 pandemic: Lessons learned and issues. *Management & Marketing: Challenges for the Knowledge Society*, 15(S1), 458–476. https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0027

Byass, P. (2020). Eco-epidemiological assessment of the COVID-19 epidemic in China, January–February 2020. *Global Health Action*, 13(1), 1760490. https://doi.org/10.1080/16549716.2020.1760490

Cai, W., Lysova, E. I., Bossink, B. A., Khapova, S. N., & Wang, W. (2019). *Psychological capital* and self reported employee *Creativity*: The moderating role of supervisor support and job characteristics. *Creativity and Innovation Management*, 28(1), 30–41. https://doi.org/10.1111/caim.12277

Černe, M., Nerstad, C. G., Dysvik, A., & Škerlavaj, M. (2014). What goes around comes around: Knowledge hiding, perceived motivational climate, and *Creativity*. *Academy of Management Journal*, 57(1), 172–192.

Chang, Y. Y., & Shih, H. Y. (2019). Work *curiosity*: A new lens for understanding employee *Creativity*. *Human Resource Management Review*, 29(4), 100672. https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2018.10.005

Chen, Y., Liu, D., Tang, G., & Hogan, T. M. (2021). Workplace events and employee *Creativity*: A multistudy field investigation. *Personnel Psychology*, 74(2), 211–236. https://doi.org/10.1111/peps.12399

Chirico, A., Lucidi, F., Galli, F., Giancamilli, F., Vitale, J., Borghi, S., & Codella, R. (2020). COVID-19 outbreak and physical activity in the Italian population. *Frontiers in Psychology*, 11, 2100. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02100

Choi, W., Noe, R., & Cho, Y. (2019). What is responsible for the *Psychological capital* job performance relationship? *Journal of Managerial Psychology*, 35(1), 28–41.

Darvishmotevali, M., & Ali, F. (2020). Job insecurity, subjective well being and job performance: The moderating role of *Psychological capital*. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102462. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102462

George, J. M., & Zhou, J. (2002). Understanding when bad moods foster *Creativity* and good ones do not. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 687–697. https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.687

Ghosh, K. (2015). Developing organizational *Creativity* and innovation. *Management Research Review*, 38(11), 1126–1148. https://doi.org/10.1108/mrr-01-2014-0017

Gross, M. E., Zedelius, C. M., & Schooler, J. W. (2020). Cultivating an understanding of *curiosity* as a seed for *Creativity*. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 35, 77–82. https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2020.07.015

Hagtvedt, L. P., Dossinger, K., Harrison, S. H., & Huang, L. (2019). *Curiosity* made the cat more creative. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 150, 1–13. https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2018.10.007

Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L., Schwall, A. R., & Zhao, X. (2011). Predictors of individual level innovation at work. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 90–105.

Han, G. H., & Bai, Y. (2020). Leaders can facilitate *Creativity*. *Journal of Managerial Psychology*, 35(5), 405–417. https://doi.org/10.1108/jmp-02-2019-0106

Harari, M. B., Reaves, A. C., & Viswesvaran, C. (2016). Creative and innovative performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25(4), 495–511. https://doi.org/10.1080/1359432x.2015.1134491

Hardy, J. H., Ness, A. M., & Mecca, J. (2017). Epistemic *curiosity* as a predictor of creative problem solving. *Personality and Individual Differences*, 104, 230–237. https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.08.004

Harrison, S. H., & Dossinger, K. (2017). Pliable guidance. *Academy of Management Journal*, 60(6), 2051–2072. https://doi.org/10.5465/amj.2015.0247

Hite, L. M., & McDonald, K. S. (2020). Careers after COVID-19. *Human Resource Development International*, 23(4), 427–437. https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1779576

Hobfoll, S. E. (2002). Social and *Psychological* resources and adaptation. *Review of General Psychology*, 6(4), 307–324. https://doi.org/10.1037/1089-2680.6.4.307

Horstmeyer, A. (2018). How VUCA is changing the learning landscape and how *curiosity* can help. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, 33(1), 5–8. https://doi.org/10.1108/DLO-09-2018-0119

Hunter, J. A., Abraham, E. H., Hunter, A. G., Goldberg, L. C., & Eastwood, J. D. (2016). Personality and boredom proneness in the prediction of *Creativity* and *curiosity*. *Thinking Skills and Creativity*, 22, 48–57. https://doi.org/10.1016/j.tsc.2016.08.002

Jaiswal, A., & Arun, C. J. (2020). Unlocking the COVID-19 lockdown: Work from home and its impact on employees. 1–24. https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-34556/v1

Karwowski, M. (2012). Did *curiosity* kill the cat? Relationship between trait *curiosity*, creative *Self-Efficacy* and creative personal identity. *Europe's Journal of Psychology*, 8(4), 547–558. https://doi.org/10.5964/ejop.v8i4.513

Kashdan, T. B., Gallagher, M. W., Silvia, P. J., Winterstein, B. P., Breen, W. E., Terhar, D., & Steger, M. F. (2009). The *curiosity* and exploration inventory-II: Development, factor structure, and psychometrics. *Journal of Research in Personality*, 43(6), 987–998. https://doi.org/10.1016/j.jrp.2009.04.011

Kashdan, T. B., Rose, P., & Fincham, F. D. (2004). *Curiosity* and exploration: Facilitating positive subjective experiences and personal growth opportunities.

Journal of Personality Assessment, 82(3), 291–305. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8203_05

Li, Z., Dai, L., Chin, T., & Rafiq, M. (2019). Understanding the role of *Psychological capital* in humorous leadership–employee *Creativity* relations. *Frontiers in Psychology*, 10, 1636. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01636

Liu, H. Y., Chang, C. C., Wang, I. T., & Chao, S. Y. (2020). The association between *Creativity*, creative components of personality, and innovation among Taiwanese nursing students. *Thinking Skills and Creativity*, 35, 100629. https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100629

Liu, J., Wang, Y., & Zhu, Y. (2020). Climate for innovation and employee *Creativity*. *International Journal of Manpower*, 41(4), 341–356.

Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive *Organizational Behavior*. *Journal of Organizational Behavior*, 23(6), 695–706. https://doi.org/10.1002/job.165

Luthans, F., & Youssef-Morgan, C. M. (2017). *Psychological capital*: An evidence-based positive approach. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4(1), 339–366. https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032516-113324

Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., & Peterson, S. J. (2010). The development and resulting performance impact of positive *Psychological capital*. *Human Resource Development Quarterly*, 21(1), 41–67. https://doi.org/10.1002/hrdq.20034

Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive *Psychological capital*: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541–572. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2007.00083.x

Luthans, F., Youssef, C. M., & Rawski, S. L. (2011). A tale of two paradigms: The impact of *Psychological capital* and reinforcing feedback on problem solving and innovation. *Journal of Organizational Behavior Management*, 31(4), 333–350. https://doi.org/10.1080/01608061.2011.619421

Ma, Z., Gong, Y., Long, L., & Zhang, Y. (2021). Team-level high-performance work systems, *Self-Efficacy* and *Creativity*: Differential moderating roles of person–job fit and goal difficulty. *The International Journal of Human Resource Management*, 32(2), 478–511. https://doi.org/10.1080/09585192.2020.1854816

Manik, E., Sidharta, I., Zulfikar, V. A., Rahman, R. S., Fitria, B. T., Resawati, R., & Nurdiansyah, H. (2023). *Creativity*: The impact of *Psychological capital* and *curiosity* from the employee's perspective in Bandung, Indonesia. *International Journal of Management and Sustainability*, *12*(2), 204-213.

Miao, R., & Cao, Y. (2019). High-performance work system, work well-being, and employee *Creativity*: Cross-level moderating role of transformational leadership. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(9), 1640. https://doi.org/10.3390/ijerph16091640

Noda, Y. (2020). Socioeconomical transformation and mental health impact by the COVID-19's ultimate VUCA era: Toward the new normal, the new Japan, and

the new world. *Asian Journal of Psychiatry*, 54, 102262. https://doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102262

Pathak, D., & Joshi, G. (2021). Impact of *Psychological capital* and life satisfaction on organizational *resilience* during COVID-19: Indian tourism insights. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2398–2415. https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1844643

Pattnaik, S. C., & Sahoo, R. (2021). Employee engagement, *Creativity* and task performance: Role of perceived workplace autonomy. *South Asian Journal of Business Studies*, 10(2), 227–241. https://doi.org/10.1108/SAJBS-11-2019-0196

Schutte, N. S., & Malouff, J. M. (2020). Connections between *curiosity*, flow and *Creativity*. *Personality and Individual Differences*, 152, 109555. https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109555

Silla, I., & Gamero, N. (2018). *Psychological* safety climate and professional drivers' well-being: The mediating role of time pressure. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 53, 84–92. https://doi.org/10.1016/j.trf.2017.12.002

Sipa, M. (2018). The factors determining the *Creativity* of the *Human Capital* in the conditions of sustainable development. *European Journal of Sustainable Development*, 7(2), 1–1. https://doi.org/10.14207/ejsd.2018.v7n2p1

Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J. B., & Luthans, B. C. (2011). Relationship between positive *Psychological capital* and creative performance. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28(1), 4–13. https://doi.org/10.1002/cjas.175

Van Knippenberg, D., & Hirst, G. (2020). A motivational lens model of person × situation interactions in employee *Creativity*. *Journal of Applied Psychology*, 105(10), 1129–1144. https://doi.org/10.1037/apl0000486

Wagstaff, M. F., Flores, G. L., Ahmed, R., & Villanueva, S. (2021). Measures of *curiosity*: A literature review. *Human Resource Development Quarterly*, 32(3), 363–389. https://doi.org/10.1002/hrdq.21417

Wang, Y., Liu, J., & Zhu, Y. (2018). How does humble leadership promote follower *Creativity*? The roles of *Psychological capital* and growth need strength. *Leadership & Organization Development Journal*, 39(4), 507–521. https://doi.org/10.1108/LODJ-03-2017-0069

Yaakobi, E., & Weisberg, J. (2020). Organizational citizenship behavior predicts quality, *Creativity*, and efficiency performance: The roles of occupational and collective efficacies. *Frontiers in Psychology*, 11, 758. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00758

Yu, X., Li, D., Tsai, C. H., & Wang, C. (2019). The role of *Psychological capital* in employee *Creativity*. *Career Development International*, 24(5), 420–437.

Zaremba, A., Kizys, R., Aharon, D. Y., & Demir, E. (2020). Infected markets: Novel coronavirus, government interventions, and stock return volatility around the globe. *Finance Research Letters*, 35, 101597.

Zhang, W., Xu, F., & Sun, B. (2020). Openness to experience, job characteristics, and employee *Creativity*: An interactionist perspective. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 48(4), 1–12. https://doi.org/10.2224/sbp.9047

Zhang, X., & Bartol, K. M. (2010). Linking empowering leadership and employee *Creativity*: The influence of *Psychological* empowerment, intrinsic motivation, and creative process engagement. *Academy of Management Journal*, 53(1), 107–128. https://doi.org/10.5465/amj.2010.48037118

Zinchenko, Y. P., Morosanova, V. I., Kondratyuk, N. G., & Fomina, T. G. (2020). Conscious self-regulation and self-organization of life during the COVID-19 pandemic. *Psychology in Russia: State of the Art*, 13(4), 168–182. https://doi.org/10.11621/pir.2020.0411

PROFIL PENULIS

Prof. Dr. Ester Manik, S.E., M.M.



Penulis lahir di Sidikalang, Sumatera Utara, Penulis meniti perjalanan akademik dan profesional yang panjang di bidang Ilmu Manajemen dan Ekonomi Terapan. Ia menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi pada tahun 1989 di Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara (USU), Medan. Setelah lulus, beliau memulai kariernya sebagai dosen di Kopertis Wilayah I Medan (dpk ASM Khalsa) hingga tahun 1992, kemudian melanjutkan pengabdiannya di Kopertis Wilayah IX Ujung Pandang (dpk ASMI El Fatah) Manado hingga tahun 1994. Sejak tahun 1995, beliau bergabung dengan Kopertis Wilayah IV Jawa Barat (kini LLDIKTI Wilayah IV) dan menjadi dosen tetap di STIE Pasundan Bandung, tempat beliau mengabdikan diri hingga saat ini. Penulis meraih gelar Magister Manajemen dari STIE Pasundan pada tahun 2006 dan menyelesaikan Program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Pasundan pada tahun 2010. Dalam kiprah kepemimpinannya, beliau pernah menjabat sebagai Ketua Program Studi Manajemen STIE Pasundan (2003–2015), kemudian sebagai Ketua Penjaminan Mutu Internal (2016–2025), dan sejak tahun 2025 dipercaya sebagai Kepala Lembaga Penjaminan Mutu (LPM) STIE Pasundan Bandung. Selain di dunia akademik, penulis juga aktif sebagai Tenaga Ahli Ekonomi di PT Artha Demo Engineering Consultant Bandung sejak tahun 2010, serta terlibat dalam berbagai proyek pengembangan ekonomi nasional. Beliau juga menjadi anggota Tim Seleksi Tenaga Harian Lepas (THL) di sejumlah instansi pemerintah daerah di Jawa Barat sejak tahun 2018. Di luar peran formalnya, beliau kerap diundang sebagai narasumber dan pembicara di berbagai forum nasional termasuk kementerian, pemerintah daerah, lembaga kepolisian, dan perguruan tinggi serta menjadi reviewer di berbagai jurnal ilmiah terakreditasi nasional dan internasional. Beliau juga aktif sebagai reviewer internal hibah penelitian kompetitif di bawah Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, serta reviewer eksternal Hibah PKM Kompetitif dari Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (2025). Pada tahun 2023, beliau dikukuhkan sebagai Guru Besar dalam bidang Ilmu Manajemen. Karya-karya ilmiahnya telah diterbitkan di berbagai jurnal nasional dan internasional bereputasi, beberapa di antaranya terindeks Scopus, seperti *International Review of Management and Marketing*, *Management and Marketing*, *AIP Conference Proceedings*, *International Journal of Applied Business and Economic Research*,

serta *Management Science Letters*. Dalam bidang riset, Prof. Ester secara aktif menjadi ketua tim hibah penelitian nasional, di antaranya:

- (2024) *"Pengaruh Green Transformational Leadership dan Motivational Factors terhadap Iklim Kerja Ramah Lingkungan serta Implikasinya pada Kinerja Lingkungan."*
- (2024) *"Mengoptimalkan Bank Sampah dalam Rangka Menciptakan Lingkungan yang Ramah."* (Hibah PKM)
- (2025) *"Pengaruh Green Leadership dan Green Knowledge Sharing terhadap Iklim Kerja Ramah Lingkungan serta Implikasinya pada Kinerja Lingkungan."*

Selain aktif meneliti, beliau juga menjadi keynote speaker pada berbagai konferensi internasional, termasuk *International Conference on Business, Economy, Management and Social Studies Toward Sustainable Development.*

Sejak tahun 2013, penulis telah menulis dan menerbitkan berbagai buku akademik dan buku referensi, antara lain:

- *Ekonomi Manajerial*
- *Manajemen Operasional*
- *Ekonomi Mikro*
- *Pasar Modal*
- *Riset Operasional*
- serta beberapa buku referensi di bidang *green management* dan *sustainability leadership.*

Sebagai bentuk komitmen terhadap pengembangan profesionalisme dan penerapan ilmu manajemen secara praktis, penulis juga telah memperoleh Sertifikat Kompetensi di bidang Manajemen Sumber Daya Manusia (*Human Resources Management*) yang diterbitkan oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). Selain itu, beliau juga memiliki Sertifikat Kompetensi sebagai Pendamping UMKM (*Monitoring for Micro, Small, and Medium Enterprises*) dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). Kedua sertifikasi tersebut memperkuat keahliannya dalam bidang pengembangan sumber daya manusia dan pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya sektor UMKM, yang menjadi pilar penting dalam pembangunan berkelanjutan di Indonesia. Kiprah penulis menegaskan dedikasinya terhadap pengembangan ilmu manajemen yang berorientasi pada keberlanjutan dan pemberdayaan. Baginya, kepemimpinan hijau bukan sekadar strategi organisasi, melainkan panggilan moral untuk membangun budaya kerja yang beretika, produktif, dan ramah lingkungan.

Alamat Institusi:
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pasundan Bandung
Jl. Turangga No 37 – 41 Bandung
Email: estermanik13@gmail.com/
ORCID ID : https://orcid.org/0000-0002-1242-2265
Google Scholar: 57188838152
https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57188838152
Sinta ID : 139290 https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/139290



PSYCHOLOGICAL CAPITAL, CURIOSITY, DAN KREATIVITAS KARYAWAN DALAM ORGANISASI

-25.00

Pendekatan Organisasi Positif

Buku ini disusun sebagai refleksi akademik yang mendalam atas transformasi paradigma pengelolaan sumber daya manusia di era globalisasi dan disrupsi digital. Dalam lanskap organisasi yang semakin kompleks dan penuh ketidakpastian, keunggulan kompetitif tidak lagi semata ditentukan oleh aset fisik dan intelektual, melainkan oleh kekuatan modal psikologis individu yang mampu mendorong lahirnya kreativitas dan inovasi berkelanjutan.Buku ini menempatkan psychological capital sebagai konstruksi utama yang terdiri atas self-efficacy, hope, resilience, dan optimism. Keempat dimensi tersebut dielaborasi tidak hanya sebagai konsep teoretis, tetapi juga sebagai energi psikologis yang secara sistemik membentuk orientasi berpikir, daya juang, serta kapasitas adaptif karyawan dalam menghadapi dinamika organisasi modern.

Buku ini mengangkat curiosity sebagai variabel kunci yang berfungsi sebagai mekanisme kognitif dan afektif dalam menjembatani potensi psychological capital menuju aktualisasi kreativitas. Rasa ingin tahu dipahami sebagai dorongan intrinsik yang memungkinkan individu melampaui batas rutinitas, mengeksplorasi kemungkinan baru, serta merekonstruksi pengetahuan menjadi ide-ide inovatif yang bernilai strategis bagi organisasi.

Keunggulan buku ini terletak pada penyusunan model konseptual integratif yang mengaitkan secara sistematis psychological capital, curiosity, dan kreativitas karyawan dalam satu kerangka teoritis yang koheren. Model ini tidak hanya memiliki kekuatan konseptual, tetapi juga didukung oleh pengujian empiris yang memperkuat validitas hubungan antar variabel, sehingga memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan kajian perilaku organisasi kontemporer.

Pada akhirnya, buku ini tidak sekadar menawarkan wacana akademik, melainkan juga memberikan arah praksis bagi organisasi dalam merancang strategi pengembangan sumber daya manusia yang berbasis pada penguatan modal psikologis dan budaya eksploratif. Dengan demikian, buku ini layak menjadi rujukan utama bagi akademisi, peneliti, dan praktisi yang berkomitmen membangun organisasi yang kreatif, adaptif, dan berdaya saing tinggi di tengah perubahan zaman yang terus bergerak dinamis.

SCANME

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699

Psikologi & Manajemen

ISBN 978-634-317-155-3

9 786343 171553