

Hubungan antara kesiapan untuk berubah dan perilaku kerja inovatif pada karyawan pemasaran tingkat manajerial di PT XYZ = The relationship between readiness for change and innovative working behavior among managerial level of marketing employees in PT XYZ

/Peter Samuel Oloi

Peter Samuel Oloi, auhtor

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20412665&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Persaingan bisnis mendorong perusahaan untuk bertahan dengan melakukan inovasi. Inovasi merupakan solusi terbaik bagi perusahaan untuk tidak hanya bertahan dalam persaingan, melainkan untuk meningkatkan kesuksesan. Dalam konteks bekerja, inovasi disebut sebagai perilaku kerja inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kesiapan untuk berubah dan perilaku kerja inovatif pada karyawan pemasaran tingkat manajerial di PT XYZ. Sebagai penelitian kuantitatif, penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah mengumpulkan data 38 responden penelitian, yaitu karyawan pemasaran tingkat manajerial dari sebuah perusahaan pada industri barang kebutuhan sehari-hari. Hasil korelasi Pearson Product Moment menunjukkan bahwa kesiapan untuk berubah berhubungan secara positif dan signifikan dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan pemasaran tingkat manajerial di PT XYZ ($r = .482, p < 0.01$). Semakin siap karyawan untuk berubah, semakin sering karyawan menampilkan perilaku kerja inovatif di perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, PT XYZ perlu memperhatikan kesiapan untuk berubah pada karyawan pemasaran tingkat manajerial agar memiliki karyawan yang menampilkan perilaku kerja inovatif.

<hr>

ABSTRACT

Business rivalry forces to the companies to survive by doing innovation. Innovation is the best solution for the companies to not only survive on that circumstance, but also improve its success. In working context, innovation is as well-known as innovative working behavior. This research aims to know the relationship between readiness for change and innovative working behavior among managerial level of marketing employees in PT XYZ. As a quantitative study, the methodology used is questionnaire which has collected 38 of managerial level of marketing employees from a consumer goods company. The result of Pearson Product Moment shows that readiness for change has a positive and significant relationship with innovative working behavior among marketing managerial level of marketing employees in this company ($r = .482, p < 0.01$). The more ready employees to change, the more often employees to show innovative working behavior in this company. Thus, PT XYZ should have a concern to the readiness for change to its managerial level of marketing employees in order to have employees who show their innovative working behavior.