



AMMER

JOURNAL OF ACADEMIC & MULTIDISCIPLINE RESEARCH

VOLUME 03 NOMOR 03, JANUARI 2024, PAGES: 69 - 80

JOB CRAFTING TERHADAP KREATIVITAS YANG DIMEDIASI OLEH WORK ENGAGEMENT KARYAWAN TOKO AS BERSAUDARA

Yuliani Efendy¹, Udik Jatmiko², Suseno Hendratmoko³

Article History:

Submitted: 30- 12- 2023

Revised: 17 - 01 - 2024

Accepted: 25- 01 - 2024

Keywords:

Job Crafting, Creativity, Work Engagement

Kata Kunci:

Job Crafting, Kreativitas, Work Engagement

Koresponding:

Manajemen, Universitas Islam Kadiri, Kediri Indonesia

Email: yuliana@gmail.com

Abstract

This research was conducted to determine the influence of job crafting on creativity through work engagement as an intervening variable at AS BERSAUDARA Store. The research approach used is quantitative, with a population of 35 employees, utilizing saturation sampling as the sample determination model. The analysis technique in this study employed smart PLS 4.0. The results of this research show an original sample value of 0.115, a *t*-statistic value of $0.430 \leq$ the *T*-table value, and a *P* Values > 0.05 , which is 0.667, indicating a non-significant positive influence between job crafting and creativity. There is a positive and significant influence between job crafting and work engagement with an original sample value of 0.893, a *t*-statistic value of $10.152 \geq$ the *T*-table value, and a *P* Values < 0.05 , which is 0.000. There is a positive and significant influence between work engagement and creativity with an original sample value of 0.808, a *t*-statistic value of $2.966 \geq$ *T*-table, and a *P* Values < 0.05 , which is 0.003. There is a positive and significant influence between job crafting and creativity through work engagement as an intervening variable with an original sample value of 0.721, a *t*-statistic value of $2.950 \geq$ the *T*-table value, and a *P* Values < 0.05 , which is 0.003.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh *job crafting* terhadap kreativitas dengan melalui *work engagement* sebagai variabel intervening pada Toko AS BERSAUDARA. Jenis pendekatan penelitian adalah kuantitatif, dengan populasi sebanyak 35 karyawan dengan menggunakan sampling jenuh sebagai model penentuan sampel. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan *smart PLS 4.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0.115, nilai *t*-statistic $0.430 \leq$ nilai *T*-tabel, dan nilai *P* Values > 0.05 yaitu 0.667, sehingga ada pengaruh positif tidak signifikan antara *job crafting* terhadap kreativitas. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *job crafting* terhadap *work engagement* dengan nilai *original sample* sebesar 0.893, nilai *t*-statistic $10.152 \geq$ nilai *T*-tabel, dan nilai *P* Values < 0.05 yaitu 0.000. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *work engagement* terhadap kreativitas dengan nilai *original sample* sebesar 0.808, nilai *t*-statistic $2.966 \geq$ *T*-tabel, dan nilai *P* Values < 0.05 yaitu 0.003. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *job crafting* terhadap kreativitas melalui *work engagement* sebagai variabel intervening dengan nilai *original sample* sebesar 0.721, nilai *t*-statistic $2.950 \geq$ nilai *T*-tabel, dan nilai *P* Values < 0.05 yaitu 0.003

^{2,3} Manajemen, Universitas Islam Kadiri, Kediri Indonesia, udikjatismiko@uniska-kediri.ac.id

E-ISSN : 2612 - 1779
P-ISSN : 2612 - 1700

OPEN
ACCESS



JOURNAL OF
ACADEMIC &
MULTIDISCIPLINE
RESEARCH

AMMER.



PENDAHULUAN

Sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu faktor terpenting yang ada di dalam suatu perusahaan atau organisasi. Sumber daya manusia sebagai penggerak dalam seluruh kegiatan yang terjadi di dalam perusahaan. Setiap perusahaan atau organisasi mengharapkan kinerja yang tinggi dari karyawannya untuk mencapai tujuan perusahaan yang sering kali menghadapi masalah yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Manajemen sumber daya manusia lebih dari sekadar seperangkat kegiatan yang berkaitan dengan koordinasi sumber daya manusia perusahaan. Sumber daya manusia adalah penunjang utama bagi keberhasilan perusahaan. Proses pengembangan usaha tidak terlepas dari peran dari keberadaan manusia, sehingga sangat penting mempunyai sumber tenaga kerja yang memiliki kreativitas dalam menjalankan pekerjaannya.

Kreativitas merupakan salah satu aspek dari kualitas manusia yang saat ini sangat berperan penting di dalam menunjang pembangunan bangsa dan negara Indonesia yang sedang mengalami permasalahan-permasalahan yang kompleks, sebab dengan kreativitas, manusia akan memiliki kemampuan adaptasi, kreatif dan kepiawaian yang imajinatif. Manusia akan mampu mencari penyelesaian masalah dengan cara yang baru di dalam mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi yakni akan terus bergerak kearah kemajuan untuk tidak hanyut dan tenggelam dalam persaingan antar bangsa dan negara, terutama di dalam era globalisasi ini berdasarkan Afifah (2020). Karyawan seperti itu yang di perlukan perusahaan untuk bersaing dalam kompetisi bisnis. Kemampuan seseorang untuk memecahkan masalah dan menemukan sesuatu yang baru untuk menghasilkan pemikiran baru yang bermanfaat untuk bidang apapun berdasarkan Atmadja & Saputra (2018).

Salah satu upaya yang bisa dilakukan sebuah unit usaha guna meningkatkan kreativitas yakni dengan menerapkan *job crafting*. Salah satu perilaku untuk mendukung untuk meningkatkan keunggulan kompetitif adalah kerajinan kerja atau *job crafting*. *Job crafting* adalah bentuk perubahan yang dilakukan karyawan atas inisiatif sendiri untuk menyeimbangkan tuntutan dan sumber daya dalam pekerjaan menurut Riyanto & Helmy (2020). Secara proaktif *job crafting* dapat mengubah karakteristik pekerjaan dan membantu karyawan melihat pekerjaan mereka dengan lebih baik menurut Albana (2019). Penelitian yang dilakukan Ningrum (dalam Rahardini, 2020) menjelaskan bahwa *job crafting* merupakan sikap proaktif dan independen dari karyawan untuk menambah kreativitas dan inovasi yang membuat karyawan tidak hanya bekerja semata-mata untuk kepentingan organisasi, melainkan juga kepentingan untuk pencapaian diri. Hasil penelitian dari Aini (2022) menunjukkan bahwa *job crafting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas, yang artinya karyawan yang melakukan *job crafting* berpotensi menciptakan kreativitas saat berkerja.

Meningkatkan kreativitas karyawan tidak hanya dengan penerapan *job crafting* saja, diperlukan *work engagement* atau sering disebut keterikatan kerja untuk memberikan performa dan hasil yang baik ketika bekerja. *Work engagement* mengacu cara karyawan bekerja dan ekspresi karyawan ketika melaksanakan pekerjaan. *Work engagement* merupakan dimensi dasar dari motivasi intrinsik, yang memperkuat perilaku berorientasi tujuan dan keteguhan dalam mencapai tujuan dengan semangat yang tinggi, juga rasa antusiasme, serta bangga terhadap pekerjaannya berdasarkan Deviyanti & A. Sasono (2015). Seorang karyawan yang telah menyukai pekerjaannya akan merasakan kesenangan saat mengerjakan pekerjaannya. Karyawan juga akan menikmati pekerjaan yang dilakukannya dan berkeinginan untuk memberikan segala bantuan untuk dapat mensukseskan organisasi tempatnya bekerja. Salah satu sikap kerja yang memberikan kontribusi terbaik untuk peningkatan kinerja pegawai adalah keterikatan pegawai. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Aini (2022) menyebutkan bahwa karyawan dengan *work engagement* yang tinggi belum tentu bisa menghasilkan kreativitas, dikarenakan karyawan mungkin kurang merasa terikat pada pekerjaan dan akhirnya menurunkan kreativitas.

**JOB CRAFTING TERHADAP KREATIVITAS YANG DIMEDIASI OLEH WORK ENGAGEMENT
KARYAWAN TOKO AS BERSAUDARA**

Yuliana & Udik Copyright@2024.



Berdasarkan observasi peneliti di lokasi penelitian yaitu Toko AS BERSAUDARA merupakan perusahaan dagang yang bergerak dibidang fashion atau pakaian dan mempunyai beberapa cabang di Kediri. Toko AS BERSAUDARA merupakan bisnis keluarga yang berdiri kurang lebih 18 tahun. Toko AS BERSAUDARA menyediakan berbagai macam fashion untuk segala usia baik wanita maupun laki-laki. Kebutuhan sandang merupakan kebutuhan utama bagi masyarakat pada umumnya. Perusahaan yang bergerak pada bidang ini harus selalu berkembang dari segi model agar tetap mengikuti tren terbaru. Para pengusaha berlomba-lomba untuk berkreaitivitas dalam menjalankan bisnisnya agar tidak kalah bersaing dari perusahaan lain. Perusahaan yang bergerak dibidang pakaian sangat menjanjikan, karena ini termasuk kebutuhan yang akan terus dicari. Perusahaan harus berinovasi untuk memberikan produk-produk yang berkualitas dan beraneka ragam agar dapat digunakan semua kalangan.

Temuan peneliti mengenai permasalahan di Toko AS BERSAUDARA yaitu, kurangnya sikap kepekaan karyawan dalam pekerjaan, misalnya karyawan yang hanya mau melakukan tugasnya jika diperintah oleh *owner* atau pemiliknya. Biasanya toko pakaian mengalami kelonjakan penjualan hanya dimomen-momen tertentu misalnya dimomen lebaran, dan ketika tidak dimasa momen tersebut seringkali karyawan hanya melakukan kegiatan seperti bersih-bersih atau bahkan hanya bermain *handphone*, mereka hanya menghabiskan waktu ditempat kerja digunakan untuk kegiatan yang tidak bermanfaat. Kurangnya kreativitas karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya, misalnya dalam penataan *display* pakaian yang kurang begitu tepat. Mereka tidak mencoba sesuatu hal yang baru untuk bisa mengembangkan Toko AS BERSAUDARA. Hal ini mengakibatkan kurang efektif dan efisien. Dengan begitu penerapan *job crafting* dapat memberikan perubahan dalam pekerjaan mereka. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan *job crafting* sebagai subjek permasalahan utama sedangkan *work engagement* sebagai variabel mediasi untuk melihat apakah variabel *work engagement* mempunyai pengaruh antara variabel *job crafting* terhadap kreativitas, sehingga peneliti mengangkat permasalahan ini menjadi skripsi peneliti

Berdasarkan uraian di atas, memberikan gambaran yang jelas dan terarah dalam memandang permasalahan agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Adapun hal yang perlu dibatasi variabelnya, agar tidak melebar: Masalah yang menjadi fokus peneliti mengenai penerapan *job crafting* pada karyawan. Periode penelitian ini dilakukan pada bulan Januari tahun 2023 sampai dengan Maret tahun 2023. Berdasarkan fenomena masalah yang telah dijabarkan tersebut, maka pada penelitian ini akan menggambarkan desain model penelitian :



Gambar 1. Kerangka penelitian
Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan kerangka teoritik yang sudah digambarkan diatas, maka dapat dijelaskan bahwa dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel eksogen adalah *job crafting*, variabel mediasi adalah *work engagement* dan variabel endogen adalah kreativitas

METODE PENELITIAN

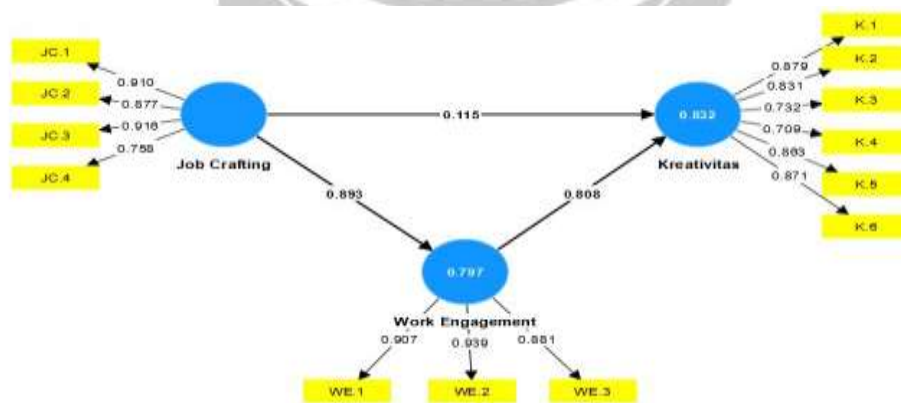
Untuk mengetahui pengaruh *job crafting* terhadap kreativitas dengan keterikatan kerja sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen peneliti analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pengambilan sampel yang dilakukan penelitian ini berjumlah 35 karyawan Toko AS BERSAUDARA. Untuk mengukur nilai skor kuesioner yang akan dibagikan kepada responden menggunakan alat ukur Skala *likert*. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk mempermudah analisis maka digunakan aplikasi pengolahan data menggunakan perhitungan program komputer software PLS (*Partial Least Square*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model pengukuran digunakan untuk menilai uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur yang akan diukur. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep dan dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item-item dalam kuisisioner atau instrumen penelitian. Ada tiga kriteria yang digunakan peneliti dalam model pengukuran (*Outer Model*) dengan *SmartPLS 4.0* yaitu dengan menggunakan uji *Convergent Validity*, *Dicriminant Validity*, dan Uji reliabilitas yakni sebagai berikut:

(1). Validitas Konvergen (*Convergent Validity*).

Convergent validity digunakan mengukur validitas indikator sebagai pengukur konstruk. Uji *convergent validity* yang ada di dalam *Partial Least Squeres* (PLS) dengan indikator relektif dinilai berdasarkan *loading factor* dan indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Indikator dapat dikatakan valid jika nilai *outer loading* lebih besar dari 0,7. Berikut skema model penelitian yang diujikan :



Gambar 2
Model PLS Algorithm

JOB CRAFTING TERHADAP KREATIVITAS YANG DIMEDIASI OLEH WORK ENGAGEMENT KARYAWAN TOKO AS BERSAUDARA

Yuliana & Udik Copyright@2024.

E-ISSN : 3032 - 1719
P-ISSN : 3032 - 1700
OPEN ACCESS

JOURNAL OF ACADEMIC & MULTIDISCIPLINE RESEARCH

AMMIER.

Berdasarkan gambar model PLS *Algorithm* diatas menunjukkan nilai dari indikator yang digunakan setiap variabel menunjukkan nilai $> 0,7$ serta *convergent validity* bisa dilihat dari nilai *outer loading*. Dianggap tidak bermasalah apabila nilai *outer loading* lebih besar dari 0.7. Berikut ini merupakan nilai *outer loading* hasil dari perhitungan *SmartPLS*:

Tabel 1 *Outer Loading*

Indikator	Job Crafting	Kreativitas	Work Engagement
JC.1	0,910		
JC.2	0,877		
JC.3	0,916		
JC.4	0,758		
K.1		0,879	
K.2		0,831	
K.3		0,732	
K.4		0,709	
K.5		0,863	
K.6		0,871	
WE.1			0,907
WE.2			0,939
WE.3			0,881

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa hasil analisis masing-masing indikator variabel penelitian menunjukkan nilai *outer loading* $< 0,7$. Nilai *outer loading* yang digunakan dalam penelitian ini $> 0,7$, sehingga semua indikator diatas dinyatakan valid atau layak digunakan dalam analisis penelitian lebih lanjut.

(2). Validitas Diskriminan (*Dicriminant Validity*)

Uji validitas diskriminan berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan atau perbedaan dengan konstruk lain. Uji validitas diskriminan dapat dinyatakan valid apabila nilai *cross loading* berada diatas 0,7. Selain itu, nilai akar AVE (*Average Variance Extraced*) harus lebih besar dari 0.5 nilai korelasi variabel laten.

Tabel 2 *Output Akar (AVE)*

	Average Variance Extracted (AVE)	\sqrt{AVE}
Job Crafting	0.753	0.867
Kreativitas	0.668	0.817
Work Engagement	0.827	0.909

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Menunjukkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* lebih besar dari 0.5, serta *dicriminant validity* bisa dilihat dari nilai *cross loading*. Dianggap tidak bermasalah apabila nilai *cross loading* lebih besar dari 0.7 dalam satu variabel. Berikut ini merupakan nilai *cross loading* hasil dari perhitungan *SmartPLS*:

Tabel 3 *Cross Loading*

	Job Crafting	Kreativitas	Work Engagement
JC.1	0.910	0.790	0.873
JC.2	0.877	0.724	0.773
JC.3	0.916	0.739	0.787
JC.4	0.758	0.641	0.646
K.1	0.750	0.879	0.779
K.2	0.671	0.831	0.653
K.3	0.600	0.732	0.719
K.4	0.538	0.709	0.629



K.5	0.776	0.863	0.830
K.6	0.733	0.871	0.821
WE.1	0.854	0.808	0.907
WE.2	0.836	0.885	0.939
WE.3	0.741	0.789	0.881

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Menunjukkan nilai *cross loading* dari masing-masing indikator variabel mempunyai nilai lebih dari 0.7. Dari hasil analisa *cross loading* menunjukkan bahwa tidak terdapat permasalahan *discriminant validity*. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel beserta indikator dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dan standar yang telah ditetapkan.

(3). Uji reliabilitas

Untuk reliabilitas dapat digunakan Cronbach's Alpha. Untuk uji reliabilitas digunakan pada program PLS ini menggunakan 2 cara sebagai berikut:

Tabel 4 Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)
Job Crafting	0.889	0.899	0.924
Kreativitas	0.800	0.907	0.923
Work Engagement	0.895	0.899	0.935

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Menunjukkan hasil nilai *cronbach's alpha* dari setiap variabel menunjukkan nilai > 0.7 , nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel menunjukkan nilai > 0.7 . Maka dapat dinyatakan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Berdasarkan tahapan-tahapan evaluasi *outer model* diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel beserta indikator dalam penelitian ini layak dilanjutkan pengujian selanjutnya.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Sesudah melakukan pengujian *outer model* selanjutnya yang dilakukan yaitu pengujian tahap *inner model*. Pengujian *inner model* ini digunakan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikan, *R-Square*, dan *F-Square*.

(1). Coefficient of Determination (R^2)

Ghozali (2007) menyatakan bahwa koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel *eksogen* menjelaskan variabel *endogen*.

Tabel 5 R-Square

	R-Square
Kreativitas	0.832
Work Engagement	0.797

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Menunjukkan model pengaruh *job crafting* bagi kreativitas memiliki nilai *r-square* 0.832. Nilai tersebut menunjukkan persentase besarnya *job crafting* memengaruhi kreativitas sebesar 83,2%, sedangkan selebihnya 16,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Model pengaruh *job crafting* terhadap *work engagement* menghasilkan nilai *r-square* sebesar 0.797. Hasil tersebut menyatakan bahwa *job crafting* dapat memengaruhi *work engagement* sebesar 79,7%, sedangkan selebihnya 20,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

(2). F-Square (F^2)

Pengujian *F-Square* dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel. Berikut ini merupakan tabel hasil perhitungan pengujian F-Square menggunakan *software SmartPLS* :

Tabel 6 F-Square

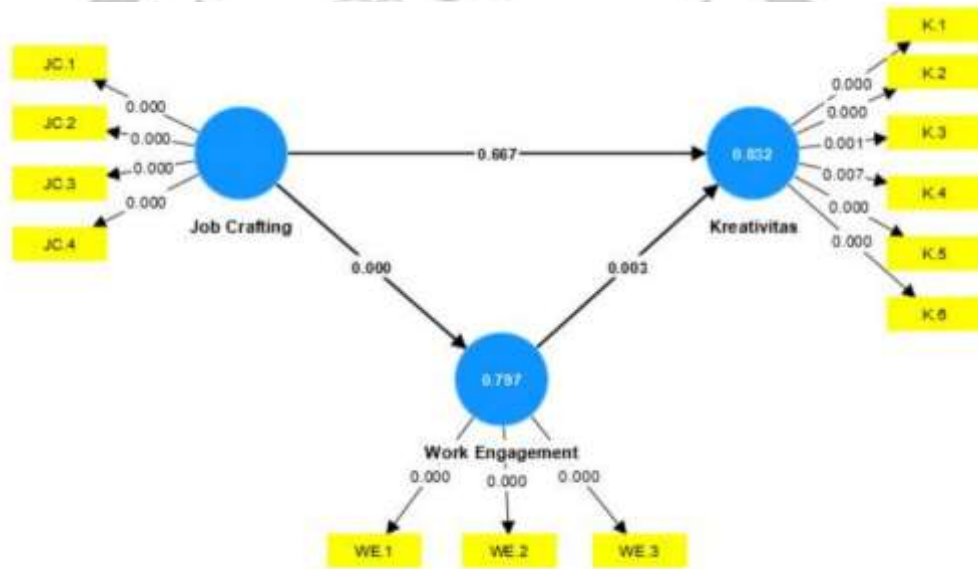
	<i>Job crafting</i>	Kreativitas	<i>Work Engagement</i>
<i>Job crafting</i>		0,016	3.932
Kreativitas			
<i>Work Engagement</i>		0.790	

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Variabel *job crafting* memiliki pengaruh yang lemah terhadap variabel kreativitas dengan nilai sebesar 0.016 dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel *work engagement* dengan nilai sebesar 3.932. Sedangkan variabel *work engagement* memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel kreativitas yang dimana menunjukkan nilai *F-square* 0.790.

(3). Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dapat dilihat besarnya nilai t-statistik dan nilai *p-value*. Pengujian hipotesis langsung dapat dilihat dari *output* maupun nilai yang terdapat pada *path coefficients* dan *indirect effect*. Berikut merupakan gambar model hasil pengujian dari *bootstrapping* pada *software SmartPLS* :



Gambar 7 Model Hasil Bootstrapping

Sumber : *Output Smart PLS 4.0*

Tujuan uji hipotesis adalah untuk menetapkan dasar dalam menentukan keputusan apakah keputusan tersebut ditolak atau tidak ditolak. Uji hipotesis dapat dilihat dari *t-statistic* dan *p-value*. Jika *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05 maka hipotesis tidak ditolak, sedangkan jika *t-statistic* < 1,96 dan *p-value* > 0,05 maka hipotesis ditolak. Berikut hasil nilai t-statistik pada *software SmartPLS* dapat dilihat pada *output Path Coefficiencie* seperti pada tabel berikut :

E-ISSN : 3032 - 1719
P-ISSN : 3032 - 1700
OPEN ACCESS

JOURNAL OF ACADEMIC & MULTIDISCIPLINE RESEARCH

AMMIE.R

Tabel 7 Path Coefficients

	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistic	P Values	Keterangan
JC → K	0.115	0.167	0.268	0.430	0.667	Tidak Signifikan
JC → WE	0.893	0.876	0.088	10.152	0.000	Signifikan
WE → K	0.808	0.741	0.272	2.966	0.003	Signifikan
JC → WE → K	0.721	0.652	0.245	2.950	0.003	Signifikan

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Hipotesis pertama pengaruh *job crafting* terhadap kreativitas menunjukkan nilai *P values* sebesar 0.667 yang berarti bahwa variabel *job crafting* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kreativitas, hal ini juga bisa dilihat dari nilai *t* statistik sebesar $0.430 \leq$ nilai *t* tabel (1.96) sehingga hal ini juga dikatakan bahwa hipotesis pertama ini variabel *job crafting* terhadap kreativitas tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan, sehingga *job crafting* terhadap kreativitas ini memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan. *work engagement* terhadap kreativitas menunjukkan nilai *P values* sebesar 0.003 yang berarti bahwa variabel *work engagement* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kreativitas signifikan ini juga bisa dilihat dari nilai *t* statistik sebesar $2.966 \geq$ nilai *t* tabel (1.96) sehingga hal ini juga dikatakan bahwa hipotesis ketiga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan. pengaruh *job crafting* terhadap *work engagement* menunjukkan nilai *P values* sebesar 0.000 yang berarti bahwa variabel *job crafting* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *work engagement* signifikan ini juga bisa dilihat dari nilai *t* statistik sebesar $10.152 \geq$ nilai *t* tabel (1.96) sehingga hal ini juga dikatakan bahwa hipotesis kedua terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan. hipotesis keempat pengaruh hubungan secara tidak langsung, *job crafting* berpengaruh signifikan terhadap kreativitas yang dimediasi *work engagement* yang menunjukkan nilai *P values* sebesar 0.003 yang berarti bahwa variabel *work engagement* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kreativitas signifikan ini juga bisa dilihat dari nilai *t* statistik sebesar $2.950 \geq$ nilai *t* tabel (1.96) sehingga hal ini juga dikatakan hipotesis keempat bahwa *job crafting* terhadap kreativitas yang dimediasi *work engagement* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan, maka variabel *work engagement* mampu memediasi variabel *job crafting* terhadap kreativitas.

Pengaruh Job Crafting terhadap Kreativitas Karyawan Toko AS BERSAUDARA

Hasil pengujian dapat diketahui bahwa variabel *job crafting* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kreativitas. Hal ini terbukti dari nilai *original sample* pada tabel 4.16 sebesar 0.115 yang menunjukkan angka positif, hasil perhitungan *t-statistic* menunjukkan angka 0.430 dimana angka tersebut lebih kecil dari *T*-tabel (1.96) lalu pada nilai *P Values* > 0.05 yaitu 0.667 dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *job crafting* belum mendapatkan hasil maksimal untuk meningkatkan kreativitas saat bekerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *job crafting* yang diukur dari meningkatkan sumber daya pekerjaan, mengurangi tuntutan dalam pekerjaan, meningkatkan relasi sosial, dan meningkatkan kemampuan pekerjaan dalam hal yang menantang masih belum mampu membentuk kreativitas karyawan Toko AS BERSAUDARA saat bekerja. Dengan begitu, *job crafting* belum termasuk cara ampuh untuk mempertahankan tingkat kreativitas yang lebih tinggi ditempat kerja. Hal ini dikarenakan dalam meningkatkan kemampuan pekerjaannya kurang maksimal. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian dari Aini (2022) *job crafting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas. Hasil kajian ini juga bertentangan oleh penelitian Tian et al (2021) yang menjelaskan bahwa karyawan yang terikat pada *job crafting* juga menunjukkan kinerja yang lebih kreatif. Sehingga *job crafting* dianggap sebagai pendekatan efektif untuk meningkatkan kreativitas saat bekerja.

Pengaruh Work Engagement terhadap Kreativitas Karyawan Toko AS BERSAUDARA

Hasil pengujian dapat diketahui bahwa variabel *work engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas. Hal ini terbukti dari nilai *original sample* pada tabel 4.16 sebesar 0.808 yang menunjukkan angka

JOB CRAFTING TERHADAP KREATIVITAS YANG DIMEDIASI OLEH WORK ENGAGEMENT KARYAWAN TOKO AS BERSAUDARA

Yuliana & Udik Copyright@2024.

positif, hasil perhitungan *t-statistic* menunjukkan angka 2.966 dimana angka tersebut lebih besar dari T-tabel (1.96) lalu pada nilai *P Values* < 0.05 yaitu 0.003 dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan dengan *work engagement* tinggi mampu bisa menghasilkan kreativitas. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *work engagement* yang diukur dari aspek *vigor* (semangat), *dedication* (dedikasi), dan *absorption* (penghayatan terhadap pekerjaan) cukup dominan untuk menjadi faktor kontekstual dalam memicu karyawan menghasilkan kreativitas ketika bekerja. Hal ini memungkinkan ketika karyawan yang merasa terikat pada pekerjaan menjadi lebih cenderung menemukan cara yang baru untuk menghasilkan kreativitas ketika melakukan pekerjaan. Hasil kajian ini diperkuat dengan penelitian Inam et al., (2021) *work engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas. Hasil kajian ini tidak sejalan penelitian dari Aini (2022) yang mengatakan karyawan yang terikat pada pekerjaan menjadi kelelahan yang mengakibatkan kinerja ditempat kerja menurun dan karyawan tidak mampu untuk menghasilkan kreativitas. Hal ini juga bertentangan dengan penelitian Ahmetoglu et al., (2015) yang menunjukan *work engagement* tidak berpengaruh terhadap pencapaian kreativitas.

Pengaruh Job Crafting terhadap Work Engagement Karyawan Toko AS BERSAUDARA

Hasil pengujian dapat diketahui bahwa variabel *job crafting* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *work engagement*. Hal ini terbukti dari nilai *original sample* pada tabel 4.16 sebesar 0.893 yang menunjukkan angka positif, hasil perhitungan *t-statistic* menunjukkan angka 10.152 dimana angka tersebut lebih besar dari T-tabel (1.96) lalu pada nilai *P Values* < 0.05 yaitu 0.000 dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan dengan *job crafting* yang tinggi akan lebih terikat terhadap pekerjaan. Hasil penelitian ini menunjukkan karyawan yang memiliki inisiatif untuk melakukan *job crafting* saat bekerja akan membuat karyawan merasa lebih terikat dengan pekerjaan. Hal ini disebabkan saat karyawan melakukan *job crafting* dengan membuat perubahan dalam tugas seperti meningkatkan sumber daya pekerjaan, mengurangi tuntutan dalam pekerjaan, meningkatkan relasi sosial, dan meningkatkan kemampuan pekerjaan dalam hal yang menantang, membutuhkan antusiasme dan semangat yang tinggi untuk berhasil dalam melakukan perubahan tersebut, dengan begitu dapat mendorong karyawan untuk lebih terikat pada pekerjaan. Hasil tersebut didukung oleh penelitian dari Yulivanto (2019) *job crafting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work engagement*. Hasil kajian ini juga diperkuat oleh Bakker & Oerlemans (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif *job crafting* terhadap *work engagement*. Tindakan mengubah karakteristik pekerjaan secara proaktif dapat membuat karyawan merasa bertanggung jawab terhadap pekerjaan, sehingga karyawan membuat perubahan dalam pekerjaan melalui *job crafting*, yang pada akhirnya akan membantu karyawan untuk terikat pada pekerjaan.

Pengaruh Job Crafting terhadap Kreativitas yang dimediasi Work Engagement Karyawan Toko AS BERSAUDARA

Hasil pengujian dapat diketahui bahwa variabel *job crafting* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas yang dimediasi oleh *work engagement*. Hal ini terbukti dari nilai *original sample* pada tabel 4.16 sebesar 0.721 yang menunjukkan angka positif, hasil perhitungan *t-statistic* menunjukkan angka 2.950 dimana angka tersebut lebih besar dari T-tabel (1.96) lalu pada nilai *P Values* < 0.05 yaitu 0.003 dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *job crafting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas yang dimediasi *work engagement*. Dengan kata lain *job crafting* tidak mempengaruhi kreativitas secara langsung, perlu dimediasi *work engagement*. Hal ini berarti apabila *job crafting* dilakukan dengan baik akan meningkatkan kreativitas dengan adanya peran *work engagement*. Faktor yang harus menjadi fokus utama bagi *owner* dalam meningkatkan kinerja karyawan agar ikut serta mengembangkan usahanya menjadi lebih baik. Hasil dari penelitian ini didukung dengan temuan Tian et al. (2021) dan Demerouti et al. (2015) bahwa pengaruh *job crafting* terhadap kreativitas dimediasi oleh *work engagement*. Hasil kajian ini bertentangan oleh penelitian Petrou et al., (2012) yang menunjukan apabila karyawan melakukan *job crafting* yang tidak relevan dengan pekerjaannya akan memungkinkan menjadi kurang merasa terikat pada pekerjaan dan akhirnya menurunkan kreativitas.

JOB CRAFTING TERHADAP KREATIVITAS YANG DIMEDIASI OLEH WORK ENGAGEMENT KARYAWAN TOKO AS BERSAUDARA

Yuliana & Udik Copyright@2024.



KESIMPULAN

Merujuk pada hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat diuraikan beberapa kesimpulan pada pelaksanaan penelitian ini bahwa Variabel *job crafting* tidak berpengaruh signifikan terhadap kreativitas karyawan Toko AS BERSAUDARA dibuktikan dengan nilai *original sample* sebesar 0.115, dan hasil perhitungan *t-statistic* menunjukkan angka 0.430 dimana angka tersebut lebih kecil dari T-tabel (1.96) lalu pada nilai *P Values* > 0.05 yaitu 0.667. Variabel *work engagement* berpengaruh signifikan terhadap kreativitas karyawan Toko AS BERSAUDARA dibuktikan dengan nilai *original sample* sebesar 0.808, dan hasil perhitungan *t-statistic* menunjukkan angka 2.966 dimana angka tersebut lebih besar dari T-tabel (1.96) lalu pada nilai *P Values* < 0.05 yaitu 0.003. Variabel *job crafting* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement* karyawan Toko AS BERSAUDARA dibuktikan dengan nilai *original sample* sebesar 0.893, dan hasil perhitungan *t-statistic* menunjukkan angka 10.152 dimana angka tersebut lebih besar dari T-tabel (1.96) lalu pada nilai *P Values* < 0.05 yaitu 0.000. Variabel *job crafting* berpengaruh signifikan terhadap kreativitas yang dimediasi dengan *work engagement* karyawan di Toko AS BERSAUDARA dibuktikan dengan nilai *original sample* sebesar 0.721 yang menunjukkan angka positif, hasil perhitungan *t-statistic* menunjukkan angka 2.950 dimana angka tersebut lebih besar dari T-tabel (1.96) lalu pada nilai *P Values* < 0.05 yaitu 0.003..

LITERATUR

- Affiah, F. F. (2020). Pengaruh Job Crafting Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Work Engagement Pada Mitra Produksi Sigaret (MPS) Sukorejo Pasuruan. 158.
- Ahmetoglu, G., Harding, X., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2015). Predictors of Creative Achievement: Assessing the Impact of Entrepreneurial Potential, Perfectionism, and Employee Engagement. *Creativity Research Journal*, 27(2), 198–205. <https://doi.org/10.1080/10400419.2015.1030293>
- Aini, N. (2022). Pengaruh Job Crafting Terhadap Kreativitas Melalui Work Engagement Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 10(2), 566–577.
- Albana, H. (2019). Pengaruh Job Crafting Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimediasi Oleh Work Engagement Di Pt. Terminal Teluk Lamong, Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 210–219.
- Atmadja, A. T., & Saputra, K. A. K. (2018). Pengaruh Budaya Universitas Terhadap Kinerja Mahasiswa Akuntansi Dengan Kreativitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Di Perguruan Tinggi Se-Kabupaten Buleleng). *Jurnal Akuntansi Aktual*, 5(1), 22–30. <https://doi.org/10.17977/um004v5i12018p022>
- Aulina, A. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pegawai Pada Pt.Pln (Persero) Rayon Panakkukang Kota MakassarR. *Photosynthetica*, 2(1), 1–88. doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3%0Aht
- Bakker, A. B., Rodríguez-Muñoz, A., & Sanz Vergel, A. I. (2016). Modelling job crafting behaviours: Implications for work engagement. *Human Relations*, 69(1), 169–189. <https://doi.org/10.1177/0018726715581690>
- Cipta, H., Lindungi, D., Mengutip, D., Medan, U., Document, A., & From, A. (2021). *Skripsi Oleh : Fadhillah Ramadhani Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Skripsi Oleh : Fadhillah Ramadhani*.
- Dama, J., & Ogi, I. W. J. (2018). Pengaruh Inovasi Terhadap Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 41–50.



- Demerouti, E., Bakker, A. B., & Gevers, J. M. P. (2015). Eindhoven University of Technology – The Netherlands Eindhoven University of Technology – The Netherlands. *Journal of Vocational Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2015.09.001>
- Deviyanti, A. Sasono, A. (2015). Pengaruh Sumber Daya Pekerjaan (Job Resources) Dengan Keterikatan Kerja (Work Engagement) Sebagai Mediator Terhadap Perilaku Proaktif (Studi Pada Karyawan PT Rga International Indonesia). *E-Journal Ilmu Manajemen MAGISTRA*, 1(1), 16–30. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/magistra/article/view/22>
- Dubbelt, L., Demerouti, E., & Rispens, S. (2019). The Value Of Job Crafting For Work Engagement, Task Performance, And Career Satisfaction: Longitudinal And Quasi-Experimental Evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 28(3), 300–314. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2019.1576632>
- Fitriansyah, A. (2020). Pengaruh Kreativitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Mahakam Berlian Samjaya. In *Kaos GL Dergisi* (Vol. 8, Issue 75). <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798>
- Hooff, N. Van. (2016). *The impact of job crafting on job performance : The mediating effect of participation in HRD and the moderating role of age*. (Issue August).
- Inam, A., Ho, J. A., Zafar, H., Khan, U., Sheikh, A. A., & Najam, U. (2021). Fostering Creativity and Work Engagement Through Perceived Organizational Support: The Interactive Role of Stressors. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211046937>
- Jutengren, G., Jaldestad, E., Dellve, L., & Eriksson, A. (2020). The Potential Importance Of Social Capital And Job Crafting For Work Engagement And Job Satisfaction Among Health-Care Employees. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 1–16. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124272>
- Lee, S., Shin, Y., & Baek, S. I. (2017). The Impact Of Job Demands And Resources On Job Crafting. *The Journal of Applied Business Research*, 33(4), 829–842.
- Li, H., & Yang, X. (2018). When A Calling Is Living: Job Crafting Mediates The Relationships Between Living A Calling And Work Engagement. *Journal of Chinese Human Resource Management*, 9(2), 77–106. <https://doi.org/10.1108/JCHRM-12-2017-0030>
- Mursalini, Wahyu Indah. Ermalina, L. (2021). Dampak Rekan Kerja Dan Dukungan Sosial Terhadap Kreativitas. *Jurnal Advanced*, 15(2), 22–33.
- Nasabella, A. (2021). Pengaruh Komunikasi, Kerjasama Tim Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kehutanan Provinsi Sumatera Utara.
- Peng, C. (2018). A Literature Review of Job Crafting and Its Related Researches. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 06(01), 1–7. <https://doi.org/10.4236/jhrss.2018.61022>
- Petrou, P., Demerouti, E., Peeters, M. C. W., Schaufeli, W., & Hetland, J. (2012). Crafting a Job on a Daily Basis: Contextual Correlates and the Link to Work Engagement. *Journal of Organizational Behavior*, 33.
- Putimelinda, W. ., & Jatmiko, U. (2022). Work Engagement As A Mediating Effect Of Personal Resources On Performance: An Empirical Study Of Woodcraft Msmes Employee. *Strategic Management Business Journal*, 3(02), 277–287. <https://doi.org/10.55751/smbj.v3i02.81><https://doi.org/10.1002/job.1783>
- Rahardini, R. (2020). Hubungan Job Crafting Terhadap Keterikatan Kerja Melalui Kepuasan Kerja. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3(1), 73–85. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i1.311>
- Rahman, Y. A. (2020). Manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Pendidikan Islam*, 4, 1–23.
- Riyanto, D., & Helmy, I. (2020). Pengaruh Person Job Fit dan Job Crafting Terhadap Organizational Citizenship Behavior dengan Work Engagement sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(3), 426–433. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i3.488>
- Sakuraya, A., Shimazu, A., Eguchi, H., Kamiyama, K., Hara, Y., Namba, K., & Kawakami, N. (2017). Job crafting, work engagement, and psychological distress among Japanese employees: A cross-sectional study. *BioPsychoSocial Medicine*, 11(1), 1–7. <https://doi.org/10.1186/s13030-017-0091-y>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. CV. Alfabeta : Bandung.



- Supriyanto, A. S., & Maharani, V. (2013). Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori Kuesioner, dan Analisis Data. In *UIN-MALIKI PRESS MALANG* (pp. 1–430).
- Tian, W., Wang, H., & Rispens, S. (2021). How And When Job Crafting Relates To Employee Creativity: The Important Roles Of Work Engagement And Perceived Work Group Status Diversity. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(1), 1–17. <https://doi.org/10.3390/ijerph18010291>
- Tims, M., Bakker, A. B., & Derks, D. (2015). Job Crafting And Job Performance: A Longitudinal Study. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 24(6), 914–928. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2014.969245>.
- Wang, Y., & Lau, D. C. (2022). How And Why Job Crafting Influences Creative Performance? A Resource Allocation Explanation Of The Curvilinear Moderated Relations. *Asia Pacific Journal of Management*, 39(4), 1561–1587. <https://doi.org/10.1007/s10490-021-09773-x>.
- Widhiastana, N. D., Wardana, M., & Sudibya, I. G. A. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Penghargaan Terhadap Kreativitas Dan Kinerja Pegawai Di Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 1, 223–250.
- Wiryanti. (2017). Pengaruh Supervisi Dan Motivasi Intrinsik Terhadap Kreativitasgurusd Swasta Katolikdi Jakarta Timur. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 150–161.
- Yulivianto, T. S. (2019). Job Crafting Dan Persepsi Dukungan Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Keterikatan Kerja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4), 1017–1028.

