

**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN MOTIVASI
BERINOVASI PADA KARYAWAN DI PT XYZ**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi



Disusun oleh:

MAERI ADINDA ANNUR FATHIMAH

(30702100120)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN TINGKAT
MOTIVASI BERINOVASI PADA KARYAWAN PT. XYZ**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

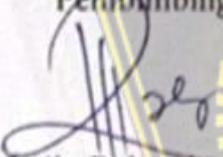
Maeri Adinda Annur Fathimah

30702100120

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal


Dr. Laily Rahmah, S.Psi, M.Si, Psi

22 Mei 2025

Semarang, 22 Mei 2025

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung




Dr. Joko Kuncoro, S.Psi, M.Si

NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Tingkat Motivasi Berinovasi

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Maeri Adinda Annur Fathimah

30702100120

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada 3 Juni 2025

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si.
2. Dr. Retno Anggraini, M.Si., Psikolog
3. Dr. Laily Rahmah, S.Psi., M.Si., Psikolog



Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 3 Juni 2025

Mengetahui,
Dean Fakultas Psikologi UNISSULA



Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si
NIDN. 210799001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya Maeri Adinda Annur Fathimah dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.



MOTTO

“ Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan janganlah (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang yang beriman”

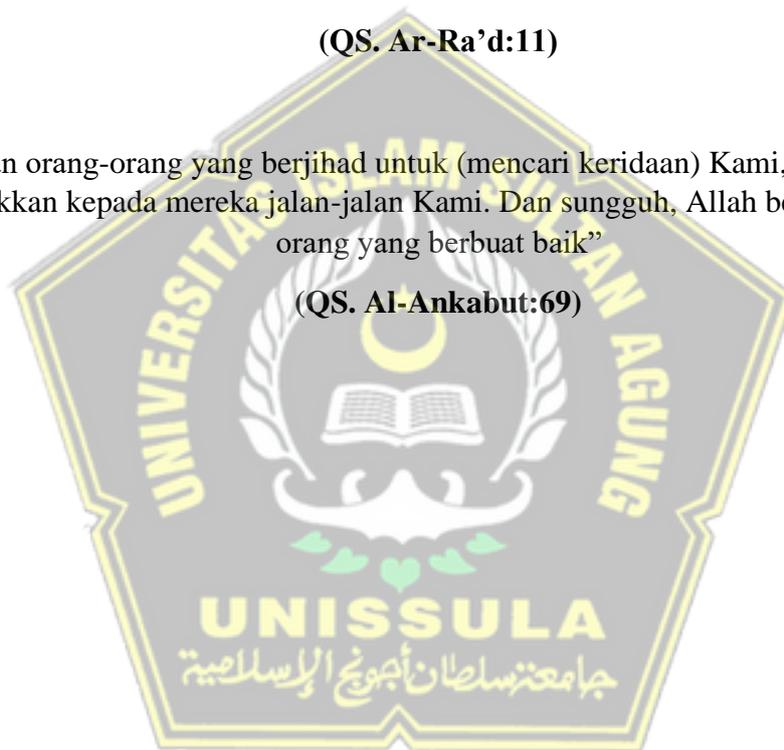
(QS. Ali Imran:139)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Ra'd:11)

“ Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridaan) Kami, Kami akan tunjukkan kepada mereka jalan-jalan Kami. Dan sungguh, Allah beserta orang-orang yang berbuat baik”

(QS. Al-Ankabut:69)



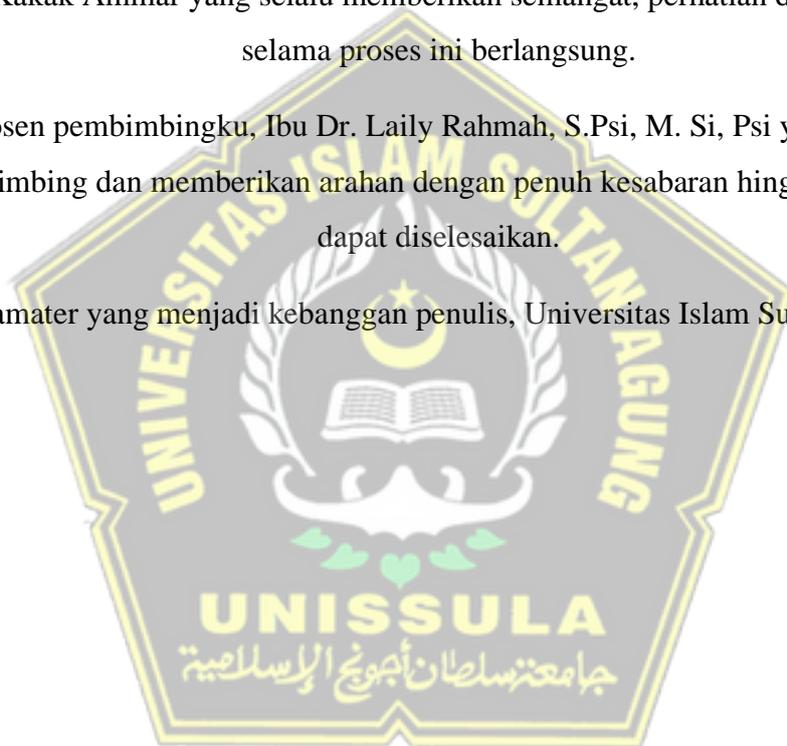
PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim..

Dengan penuh rasa syukur, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk: Almarhum ayah, Maulana Hidayat yang meskipun telah tiada tetapi tetap menjadi sumber semangat dan inspirasi dalam setiap langkah hidup penulis. Ibu tercinta, Meike Purnamasari yang tidak pernah putus memanjatkan do'a, memberikan kasih sayang serta dukungan yang tak pernah putus. Kakak-kakakku, Mba Mia dan Kakak Ammar yang selalu memberikan semangat, perhatian dan motivasi selama proses ini berlangsung.

Dosen pembimbingku, Ibu Dr. Laily Rahmah, S.Psi, M. Si, Psi yang telah membimbing dan memberikan arahan dengan penuh kesabaran hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Almamater yang menjadi kebanggaan penulis, Universitas Islam Sultan Agung.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia dan kekuatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Tingkat Motivasi Berinovasi Pada Karyawan PT. XYZ” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

Skripsi ini tidak akan pernah terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si, selaku dekan Fakultas Psikologi yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama masa studi.
2. Ibu Dr. Laily Rahmah, S.Psi., M.Si., Psi, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu dan kesabaran dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Erni Agustina Setiowati, S.Psi., M.Psi selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan selama masa perkuliahan.
4. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat berharga selama masa studi.
5. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha, yang telah membantu dalam proses administrasi dan keperluan akademik lainnya.
6. Bapak Irwan Kurnia dan Ibu Yanti Mulyanti, selaku pengelola inovasi di PT. XYZ yang telah mengizinkan dan meluangkan waktu untuk membantu penulis sepanjang proses penelitian.
7. Seluruh karyawan PT. XYZ sebagai subjek penelitian, penulis ucapkan terima kasih karena telah meluangkan waktu untuk membantu peneliti dengan mengisi kuesioner penelitian ini.

8. Orang tuaku tersayang Ibu Meike Purnamasari dan Almarhum Bapak Maulana Hidayat yang menjadi semangat dalam hidup penulis serta tanpa henti berdo'a dan memberikan dukungan untuk penulis.
9. Keluarga penulis, khususnya kakak-kakakku, Mia Angelina Annur Fatin dan Muammar Yusuf Fakhri. Terimakasih atas segala dukungan moral dan motivasi selama proses penulisan skripsi.
10. Rama Krisna, yang selalu menyempatkan waktunya untuk memberikan dukungan, pengertian dan semangat yang tak ternilai selama proses ini. Terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selama ini saya cari. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis hingga sekarang ini. Mari tetap berjuang bersama hingga kita pulang ke rumah yang sama.
11. Sahabat-sahabat terdekat, Andini Nurul Fadhilah dan Nasywa Dhiya Setiawan yang telah menjadi tempat berbagi keluh kesah dan penyemangat dalam masa-masa sulit.
12. Teman seperjuangan skripsi, Melisa Kayana Putri. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan semangat saling mendukung hingga titik akhir.
13. Maeri Adinda Annur Fathimah, ya! diri saya sendiri. Terimakasih sudah berjuang dan mewujudkan impian ayah tercinta. Terimakasih sudah kuat dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Semarang, 22 Mei 2025

Maeri Adinda Annur Fathimah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	ii
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	15
PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang.....	15
B. Rumusan Masalah.....	20
C. Tujuan Penelitian	21
D. Manfaat Penelitian	21
BAB II.....	22
LANDASAN TEORI.....	22
A. Motivasi Berinovasi.....	22
B. Kepercayaan Diri	27
D. HIPOTESIS	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	35
B. Definisi Operasional	35
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
D. Metode Pengumpulan Data	37
E. Validitas, Uji Daya Beda Item dan Estimasi Reabilitas Item	39
F. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Orientasi Kancah dan Pelaksanaan Penelitian	41

B. Pelaksanaan Penelitian	52
C. Analisis Data dan Hasil Penelitian	53
D. Deskripsi Variabel Penelitian	55
E. Pembahasan	59
F. Kelemahan Penelitian.....	61
BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Karyawan PT. XYZ	36
Tabel 2 Blueprint Skala Motivasi Berinovasi.....	37
Tabel 3 Blueprint Skala Kepercayaan Diri Try out 1	38
Tabel 4 Blueprint Skala Kepercayaan Diri Try out 2	39
Tabel 5 Sebaran Nomor Item Skala Motivasi Berinovasi.....	43
Tabel 6 Sebaran Nomor Item Skala Kepercayaan Diri.....	44
Tabel 7 Sebaran Nomor Item Skala Kepercayaan Diri.....	45
Tabel 8 Data Jumlah Responden Uji Coba.....	47
Tabel 9 Sebaran Nomor Item Skala Motivasi Berinovasi Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Uji Coba Pertama	48
Tabel 10 Sebaran Nomor Item Skala Kepercayaan Diri Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Uji Coba Pertama	49
Tabel 11 Sebaran Nomor Item Skala Motivasi Berinovasi Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Uji Coba Kedua.....	50
Tabel 12 Sebaran Nomor Item Skala Kepercayaan Diri Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Uji Coba Kedua.....	51
Tabel 13 Penomoran Ulang item Skala Motivasi Berinovasi	51
Tabel 14 Penomoran Ulang Item Skala Kepercayaan Diri	52
Tabel 15 Data Jumlah Responden Penelitian	53
Tabel 16 Hasil Analisis Uji Normalitas	53
Tabel 17 Norma Kategori Skor	55
Tabel 18 Diskripsi Skor Motivasi Berinovasi	56
Tabel 19 Kategori Nilai Subjek Motivasi Berinovasi	56
Tabel 20 Diskripsi Skor Skala Kepercayaan Diri	57
Tabel 21 Kategori Nilai Subjek Skala Kepercayaan Diri	58

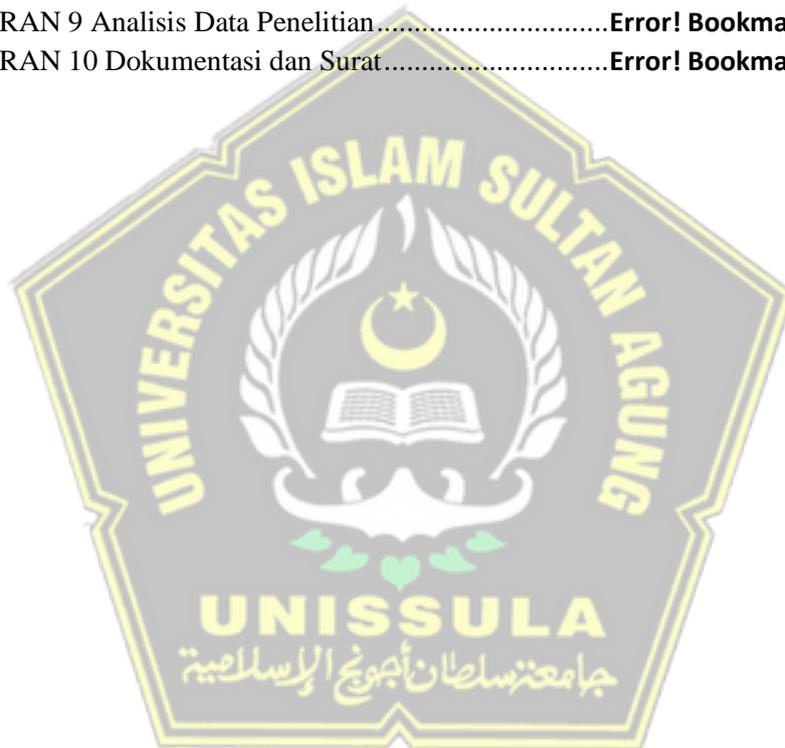
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Rentan Skor Skala Motivasi Berinovasi	57
Gambar 2 Rentan Skor Skala Kepercayaan Diri	58



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Skala Uji Coba Pertama.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 2 Tabulasi Data Skala Uji Coba Kedua	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 4 Skala Uji Coba Kedua	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 5 Tabulasi Data Skala Uji Coba Kedua	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 6 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 7 Skala Penelitian	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 8 Tabulasi Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 9 Analisis Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 10 Dokumentasi dan Surat.....	Error! Bookmark not defined.



HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN MOTIVASI BERINOVASI PADA KARYAWAN PT.XYZ

Oleh:

Maeri Adinda Annur Fathimah

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email: maeriadinda.fath20@std.unissula.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dengan motivasi berinovasi pada karyawan di PT. XYZ. Motivasi berinovasi menjadi penting dalam menghadapi tantangan di era industri 5.0, perusahaan dituntut untuk terus beradaptasi melalui penciptaan ide-ide inovatif. Kepercayaan diri diduga untuk terus beradaptasi melalui penciptaan ide-ide inovatif. Kepercayaan diri diduga menjadi salah satu faktor intrinsik yang dapat memengaruhi motivasi untuk berinovasi. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan jumlah sampel sebanyak 79 karyawan yang pernah mengikuti program “juara inovasi”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Instrumen penelitian menggunakan dua skala, yaitu skala kepercayaan diri dan skala motivasi berinovasi. Analisis data dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepercayaan diri dan motivasi berinovasi ($r = 0,555$; $p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki karyawan, maka semakin tinggi pula motivasi karyawan untuk berinovasi. Motivasi Intrinsik memiliki hubungan lebih kuat pada motivasi berinovasi karyawan.

Kata kunci : Kepercayaan diri, motivasi berinovasi, karyawan, industri 5.0

THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONFIDENCE AND MOTIVATION TO INNOVATE IN EMPLOYEES OF PT.XYZ

By:

Maeri Adinda Annur Fathimah

Faculty of Psychology, Sultan Agung Islamic University, Semarang

Email: maeriadinda.fath20@std.unissula.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between self-confidence and motivation to innovate in employees at PT XYZ. Motivation to innovate is important in facing challenges in the industrial era 5.0, companies are required to continue to adapt through the creation of innovative ideas. Self-confidence is thought to continue to adapt through the creation of innovative ideas. Self-confidence is thought to be one of the intrinsic factors that can influence motivation to innovate. This study uses a correlational quantitative approach with a sample size of 79 employees who have participated in the “innovation champion” program. The sampling technique used was purposive sampling. The research instrument used two scales, namely the self-confidence scale and the motivation to innovate scale. Data analysis was carried out using Pearson Product Moment correlation. The results of the analysis show that there is a significant positive relationship between self-confidence and motivation to innovate ($r = 0.555$; $p < 0.05$). These results indicate that the higher the self-confidence of employees, the higher the employee's motivation to innovate. Intrinsic motivation has a stronger relationship to employee innovation motivation.

Keywords: Self-confidence, motivation to innovate, employees, industry 5.0

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Generasi saat ini telah mempersiapkan diri untuk memasuki era baru yaitu era *society 5.0*. Era ini merupakan konsep yang digagas oleh Jepang untuk menghadapi revolusi industri agar manusia dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang makin canggih. Konsep industri 5.0 berfokus pada integrasi teknologi dan manusia serta kebutuhan untuk mengembangkan sistem yang lebih mudah beradaptasi dan responsif terhadap perubahan lingkungan produksi. Revolusi industri 5.0 memiliki tiga pilar utama yang memberikan dampak signifikan terhadap strategi bisnis, yaitu ketahanan, keberlanjutan dan berpusat pada manusia (Raina, 2023).

Industri 5.0 yang berpusat pada manusia sebagai sumber daya menjadi aset, sehingga revolusi industri 5.0 kembali berfokus pada penciptaan nilai tambah bagi pekerja untuk menarik dan mempertahankan pekerja terbaik. Individu pada era sekarang akan hidup berdampingan dengan teknologi yang terus berkembang pesat dan terus diperbarui, oleh karena itu perubahan ini juga mengharuskan individunya agar dapat terus berupaya meng-*upgrade* dan mengasah kemampuannya. Banyak kemampuan serta keahlian yang dibutuhkan dalam menghadapi tantangan pada era *society 5.0* ini, salah satunya yaitu kemampuan berpikir inovatif.

Kemampuan berpikir inovatif merupakan suatu cara berpikir dalam menemukan solusi yang baru, kreatif serta adaptif. Berpikir inovatif berasal dari kata inovasi yang memiliki arti suatu ide, gagasan, penemuan yang baru dan belum pernah ada sebelumnya. Inovasi dalam bisnis merupakan proses pengetahuan yang diperoleh, dibagikan dan diasimilasikan dengan tujuan untuk menciptakan pengetahuan baru guna mewujudkan produk dan layanan (Andriany dkk., 2022).

Inovasi menjadi sangat penting pada era sekarang dalam berbagai konteks termasuk pada dunia bisnis. Inovasi adalah kata kunci untuk bersaing di semua jenis industri di era informasi dan teknologi saat ini (Andriany dkk., 2022). Era industri

5.0 saat ini menuntut organisasi untuk memastikan bahwa strategi bisnis pada perusahaannya harus inovatif untuk membangun serta mempertahankan keunggulan kompetitif. Berbeda dengan fakta yang ada menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan di era modern ini, saat ini masih rendah tingkat inovasinya. Berdasarkan data yang diperoleh dari tahun 2019 sampai tahun 2022 pada *National Science Foundation* terdapat sekitar 75,2% perusahaan untuk seluruh sektor industri di benua Amerika belum melakukan inovasi dalam proses bisnis pada perusahaannya.

Hasil survei yang diperoleh dari UNESCO menunjukkan bahwa perusahaan di Amerika Serikat baru sekitar 20,6% yang menerapkan inovasi pada proses bisnis di perusahaannya, selain itu juga menunjukkan beberapa data terkait inovasi proses bisnis beberapa negara di dunia yang masih terkategori rendah seperti di China hanya 26,1% yang baru menerapkan inovasi dalam proses bisnis pada perusahaan yang ada di sana, kemudian di Jepang sekitar 20,2%, di Australia sekitar 23,9%, di Jerman sekitar 31% dan di Indonesia hanya sekitar 18,1% perusahaan yang menerapkan inovasi dalam proses bisnis pada perusahaannya.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada paragraf sebelumnya diketahui bahwa tingkat inovasi pada proses bisnis di beberapa negara masih terkategori rendah. Hal ini tidak sesuai dengan kebutuhan perusahaan pada era sekarang yang memerlukan inovasi untuk dapat bersaing, unggul dan kompetitif. Kesuksesan dari kegiatan inovasi pada suatu organisasi harus didukung oleh motivasi untuk berinovasi pada karyawan. Motivasi untuk berinovasi merupakan dorongan untuk melakukan tindakan kreatif dalam menciptakan sesuatu hal yang baru dari temuan yang sudah ada sebelumnya yang dilakukan oleh inovator. Inovator merupakan seseorang yang menciptakan atau menemukan ide inovasi.

Inovasi harus muncul dari sumber daya manusia dalam organisasi yang membutuhkan tenaga kerja yang sangat termotivasi, sebab sumber daya nyata yang paling penting dari suatu organisasi adalah sumber daya manusia (Anagha & Magesh, 2016). Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan Andriany dkk., (2022) bahwa karyawan yang termotivasi dengan baik akan memengaruhi kemampuan

karyawan untuk berinovasi. Tidak adanya motivasi karyawan untuk berinovasi menyebabkan tingkat keberhasilan produk inovatif yang rendah (Svirina & Polosukhina, 2020).

Menurut Ayyagari dkk., (2007) kurangnya sumber daya yang mendukung inovasi menjadi hambatan, terutama di negara-negara berkembang. Hal tersebut sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan pada 32 orang karyawan yang bekerja di PT Bank Pan Indonesia, Surabaya. Penelitiannya menunjukkan bahwa karyawan memiliki kinerja yang kurang maksimal dan sebatas hanya menyelesaikan tugasnya saja, hal ini menunjukkan bahwa karyawan kurang memiliki inisiatif untuk melakukan inovasi (Khildani dkk., 2022) atau dapat dimaknai bahwa karyawan kurang memiliki motivasi berinovasi.

Sebuah laporan oleh Boston Consulting Group menemukan bahwa perusahaan dengan tingkat motivasi inovasi yang rendah di kalangan karyawan cenderung mengalami penurunan dalam kinerja dan daya saing, sehingga perusahaan-perusahaan ini sering kali terjebak dalam rutinitas lama dan kehilangan peluang untuk berkembang atau beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal tersebut dapat disebabkan karena karyawan merasa ketakutan akan kegagalan, minimnya pelatihan terkait inovasi juga kurangnya kepercayaan diri merupakan hambatan yang signifikan di berbagai negara (West & Sacramento, 2023).

Paparan pada paragraf sebelumnya telah dijelaskan bahwa terdapat kecenderungan tingkat inovasi pada beberapa negara di dunia masih terkategori rendah. Rendahnya tingkat inovasi yang salah satu penyebabnya adalah rendahnya tingkat motivasi berinovasi karyawan dapat menyebabkan berbagai dampak negatif bagi organisasi perusahaan, seperti penurunan kinerja karyawan dan daya saing perusahaan. Menurut penelitian Škerlavaj dkk., (2007), karyawan yang kurang termotivasi untuk berinovasi cenderung tidak berperan aktif dalam pengembangan produk atau proses baru, yang menghambat kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Penelitian oleh Amabile (1996), menunjukkan bahwa kurangnya motivasi berinovasi berdampak pada berkurangnya

kreativitas dan produktivitas karyawan, yang penting untuk pertumbuhan perusahaan.

Faktor intrinsik yang dapat mempengaruhi motivasi berinovasi salah satunya yaitu kepercayaan diri. Ada kesepakatan umum bahwa kepercayaan diri dibangun melalui keberhasilan masa lalu dan validasi perilaku masa lalu yang berujung pada keberhasilan dan meningkatnya motivasi untuk berinovasi (Chi dkk., 2018; Griffin dkk., 2009; Liu & Chan, 2017; Minarcine & Shaw, 2019; Montani dkk., 2014; Park dkk., 2004). Kepercayaan diri merupakan keyakinan terhadap kemampuan seseorang dalam menghadapi tantangan dengan berani dan menangani segala sesuatu dengan tenang, terencana dan sesuai harapan (Ma'rifattullah, 2016).

Menurut Scott & Bruce menjelaskan bahwa kepercayaan diri dapat memengaruhi motivasi individu untuk berinovasi, terutama dalam konteks pekerjaan yang membutuhkan kreativitas dan pemecahan masalah (Beerkens, 2018). Kepercayaan diri ini mendorong karyawan untuk berpikir kreatif dan memberikan solusi inovatif yang tidak hanya menguntungkan perusahaan tetapi juga meningkatkan keahlian karyawan.

Peningkatan kepercayaan diri bergantung pada keterkaitan antara usaha yang sedang dijalani oleh individu, pengalaman relevan yang dimilikinya serta usaha yang ingin dilakukan (Soleas, 2021). Individu dengan kepercayaan diri yang tinggi tidak hanya memiliki motivasi yang lebih besar untuk berinovasi, tetapi juga lebih mampu mempertahankan usahanya meskipun menghadapi kegagalan atau rintangan. Hal tersebut penting sebab inovasi sering kali melibatkan eksperimen dan kegagalan yang harus diatasi (Bhaduri & Kumar, 2011), tetapi berdasarkan penelitian sebelumnya karyawan yang bekerja di Indonesia masih memiliki kepercayaan diri yang rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan penelitian yang telah dilakukan pada 70 karyawan yang bekerja di PT. Mitra Andal Sejati, Medan, yang menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada kurangnya kepercayaan diri yang dimiliki oleh karyawan tersebut sehingga sulit untuk mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Sumindi, 2019).

Penelitian terdahulu terkait motivasi berinovasi memang telah banyak dilakukan namun penelitian-penelitian tersebut umumnya menggunakan pendekatan kualitatif, seperti penelitian tentang dinamika inovasi (Korzinkov, 2013), menerapkan kerangka teoritis proses inovasi (Gerasimov, 2012), terkait dengan manajemen aktivitas inovasi (Vasyukin & E., 2010), memberikan peringkat praktik inovatif dan mengevaluasi metodologi yang relevan (Gokhberg, 2014). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian tersebut yaitu pada pendekatan yang akan digunakan, subjek serta tempat penelitian. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dan subjek dalam penelitian ini adalah karyawan yang pernah berinovasi atau melakukan inovasi pada salah satu perusahaan di Indonesia yang untuk selanjutnya akan disebut PT. XYZ, perusahaan tersebut memiliki program terkait inovasi yaitu “juara inovasi”. Berikut merupakan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan pada 3 Desember 2024 kepada beberapa karyawan yang pernah mengikuti Juara Inovasi, dapat dilihat dari kutipan di bawah ini :

“Kecemasan itu selalu ada, tahun ini tim saya 2 project gagal mba. Hasil evaluasi kami, kita gagal mendeliver dan menjelaskan ke dewan juri yang mayoritas non teknis. Kemampuan menyampaikan ide inovasi secara tepat, menarik dan menyakinkan itu sangat penting. Saat ini, kompetensi mendeliver ide inovasi secara profesional hanya dikuasai oleh sekelompok orang. Bisa di tracking para juara tiap tahunnya hanya orang-orang itu saja, kalau bisa dari perusahaan coba untuk membuat short video terkait tutorial cara mendeliver ide ke para juri, dimulai dari proses menggali ide, menyusun latar belakang dan implementasinya serta keunggulan projects inovasi yang akan dibuat. Supaya semua punya kesempatan yang sama.” (ARH, karyawan bagian OHS Dept, Plant Cilacap)

Wawancara dengan subjek kedua berinisial RS, karyawan bagian maintenance di Plant Tuban sebagai berikut :

“Saat mengikuti II awal-awal saya, perasaan takut ada mbak, liat persyaratan makalah dan pptnya yang harus lengkap datanya, belum memikirkan implementasinya, tapi percaya diri si kaya ‘ini pasti bisa lolos nih’, tapi ya ternyata betul ada yang lebih ok. Saya pada saat present saat asesment kurang bisa meyakinkan juri. Kecewa tapi tidak lama, jadi bekal untuk kesempatan selanjutnya. Kalau bisa kasih masukan untuk

perusahaan saya ingin ditambahkan ada pelatihan public speaking, buat ppt dan makalah yang baik dan juga perlu diberikan space khusus bagi para pegiat JI disela-sela aktivitas kerjanya.”

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa karyawan di PT. XYZ sebagaimana yang telah dipaparkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terlihat adanya ketidakpercayaan diri karyawan karena karyawan merasa fasilitas yang diberikan belum cukup mendukung untuk kegiatan inovasi sehingga hal ini dapat menyebabkan menurunnya tingkat motivasi karyawan untuk berinovasi. Motivasi berinovasi yang rendah dapat berdampak pada berkurangnya kreativitas dan produktivitas karyawan, yang penting untuk pertumbuhan perusahaan (Amabile dkk., 2018).

Lokasi yang akan menjadi tempat penelitian yaitu PT. XYZ. Tempat penelitian telah menerapkan inovasi pada proses bisnisnya sejak tahun 2010 hingga saat ini, selain itu PT. XYZ juga menyelenggarakan acara yaitu “Juara Inovasi” dalam bentuk perlombaan dengan tujuan untuk apresiasi kepada karyawan yang telah menciptakan ide-ide inovasinya. Berdasarkan data dari PT XYZ, jumlah ide yang didaftarkan pada acara “Juara Inovasi” mengalami penurunan dari tahun 2022 sampai tahun 2024. Terjadi penurunan sekitar 20,19% dari tahun 2022 sampai 2023 dan kembali terjadi penurunan dari tahun 2023 sampai 2024 sekitar 12,75%. Rata-rata penurunan dari tahun 2022 sampai 2024 pada jumlah ide inovasi yang ditawarkan oleh karyawan sekitar 16,47%. Berdasarkan temuan fakta dan pembahasan yang telah peneliti paparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Hubungan antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi untuk berinovasi pada karyawan di PT XYZ”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini yaitu: apakah ada hubungan antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi untuk berinovasi pada karyawan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi untuk berinovasi pada karyawan.

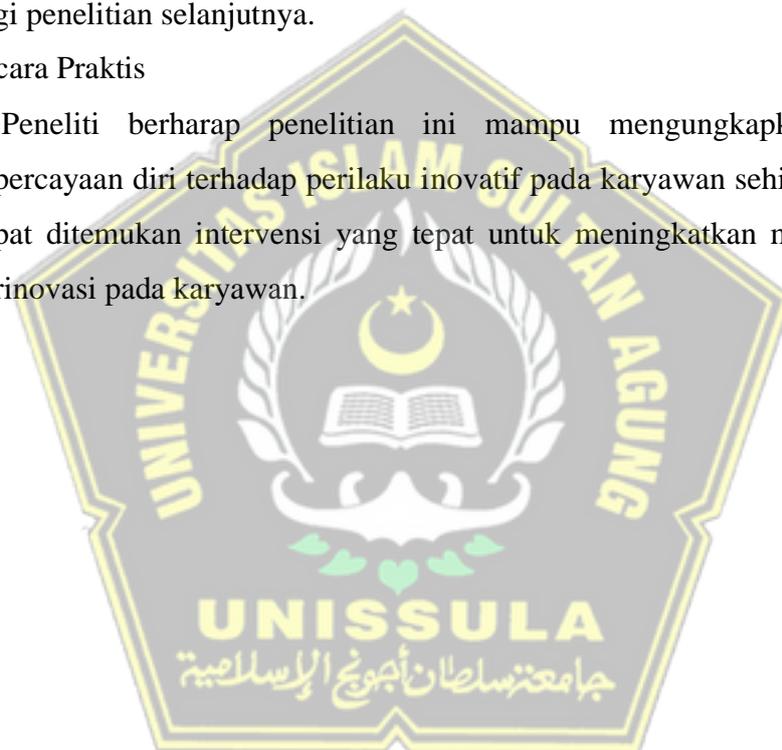
D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian dapat memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang psikologi industri dan organisasi serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Peneliti berharap penelitian ini mampu mengungkapkan pengaruh kepercayaan diri terhadap perilaku inovatif pada karyawan sehingga nantinya dapat ditemukan intervensi yang tepat untuk meningkatkan motivasi untuk berinovasi pada karyawan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Motivasi Berinovasi

1. Pengertian Motivasi Berinovasi

Asal kata motivasi dari bahasa Latin *movere* yang secara terminologi artinya menggerakkan (Kreitner, R. & Kinicki, 2013). Motivasi merupakan reaksi psikologis yang menyebabkan munculnya, arah serta kesungguhan tindakan sukarela yang berorientasi pada tujuan (Mitchell, 1982). Motivasi sebagaimana didefinisikan oleh Robbins (2013) adalah cara mengkondisikan keinginan seseorang dengan berusaha secara sungguh-sungguh untuk mencapai sasaran organisasi, dengan kemampuan upaya tersebut dalam memuaskan kebutuhannya. Motivasi ialah tenaga yang menggerakkan individu dalam suatu organisasi sehingga ingin serta siap mengerahkan kemampuan, daya dan waktunya dalam melaksanakan berbagai aktivitas menanggung jawaban serta melaksanakan kewajibannya, untuk memperoleh tujuan berbagai sasaran organisasi yang sudah ditetapkan sebelumnya (Siagian, 2004).

Inovasi ialah suatu ide, gagasan, penemuan yang baru dan belum pernah ada sebelumnya (Bhaduri & Kumar, 2011). Inovasi dalam bisnis merupakan proses pengetahuan yang didapat, disebarkan serta diasimilasikan dengan sasaran dalam menghasilkan pemahaman baru guna menciptakan produk dan layanan (Andriany dkk., 2022). Individu yang menciptakan inovasi disebut sebagai inovator. Inovasi harus muncul dari sumber daya manusia dalam organisasi yang membutuhkan tenaga kerja yang sangat termotivasi, sebab sumber daya manusia merupakan tenaga yang sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi (Anagha & Magesh, 2016). Semakin kuat motivasi inovator untuk berinovasi, maka akan semakin banyak ide inovasi yang dihasilkan oleh inovator.

Menurut Ryan & Deci (2000), para ahli membedakan motivasi untuk berinovasi menjadi motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik.

Perilaku inovatif yang termotivasi secara intrinsik merupakan perilaku yang lokus kendalinya berada dalam diri individu, sedangkan perilaku inovatif yang termotivasi secara ekstrinsik merupakan perilaku yang lokus kendalinya terletak di luar diri individu tersebut.

Berdasarkan paparan pada paragraf sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa motivasi berinovasi ialah dorongan yang berasal dari luar maupun diri seseorang dalam melakukan aktivitas kreatif dalam menciptakan pembaruan dari temuan yang sudah ada sebelumnya. Motivasi berinovasi dibedakan menjadi perilaku inovatif yang termotivasi secara intrinsik atau yang bersumber pada diri individu dan secara ekstrinsik atau yang bersumber dari lingkungan individu tersebut.

2. Aspek Motivasi Berinovasi

Aspek motivasi karyawan untuk berinovasi menurut Bhaduri & Kumar, (2011) yaitu sebagai berikut :

a. Motivasi Ekstrinsik.

Motivasi ekstrinsik ialah dorongan yang bersumber dari luar diri seseorang. Individu yang termotivasi secara ekstrinsik apabila mendapatkan insentif finansial, pengakuan sosial, dukungan dari pihak luar dan mendapatkan perlindungan kekayaan intelektual dengan tujuan melindungi ide inovasi dari peniruan serta memberikan rasa aman bagi inovator.

b. Motivasi Intrinsik.

Motivasi intrinsik ialah dorongan yang bersumber dari dalam diri seseorang. Individu yang termotivasi secara intrinsik apabila mendapatkan kegembiraan dalam bekerja atau rasa senang dan kepuasan yang diperoleh dari proses inovasi, otonomi atau kebebasan untuk mengambil keputusan dan mengendalikan proses inovasi sehingga dapat meningkatkan rasa tanggung jawab atau keyakinan individu dalam kemampuannya untuk menciptakan dan menerapkan ide-ide baru, dan tugas

Menurut teori SLT yang dijelaskan oleh Joy (2004) bahwa aspek dari motivasi berinovasi harus ditentukan oleh :

- a. Harapan, merupakan kemungkinan seseorang bahwa perilaku yang diberikan akan diikuti oleh konsekuensi atau hasil yang diberikan, artinya individu tersebut memiliki ekspektasi terhadap sesuatu seperti ekspektasi umum seseorang untuk sukses dalam kegiatan akademik, atletik atau dalam hal hubungan dengan individu lain; ekspektasi umum seseorang yang berkaitan dengan strategi pemecahan masalah.
- b. Nilai Penguatan disini sebagai preferensi seseorang untuk hasil yang diberikan relatif sama dengan hasil lain sehingga semuanya sama rata. Nilai penguatan dalam pembahasan ini juga dapat disebut sebagai kebutuhan. Kebutuhan atau penguatan ini memiliki dua jenis yaitu berdasarkan kesamaan yang dirasakan dari hasil penguatan dan yang kedua berdasarkan kesamaan yang dirasakan dari perilaku yang memiliki sifat penguatan intrinsik.

Voynarenko dkk., (2020) menjelaskan bahwa motivasi yang efektif dalam kegiatan inovasi yaitu harus mencakup dua hal berikut :

- a. Motif ialah dorongan yang mengacu pada kebutuhan internal tertentu yang mendorong karyawan untuk melakukan tindakan dan perbuatan tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut, artinya setiap individu memiliki preferensi motivasinya sendiri yang ditentukan oleh status sosial, kesejahteraan maupun posisinya.
- b. Insentif merupakan kebutuhan eksternal yang mendukung motif serta harus dibentuk oleh serangkaian rencana tindakan yang berbeda dengan tujuan untuk meningkatkan minat dalam menyelesaikan tugas-tugas tersebut.

Berdasarkan uraian menurut para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek motivasi karyawan untuk berinovasi yaitu motivasi ekstrinsik,

motivasi intrinsik, nilai, harapan, motif dan insentif. Adapun aspek motivasi yang akan digunakan oleh peneliti sebagai landasan teori untuk pengembangan skala motivasi berinovasi adalah aspek yang digagas oleh Bhaduri & Kumar, (2011) bahwa motivasi berinovasi itu terdiri dari motivasi ekstrinsik atau yang berasal dari luar diri seseorang maupun motivasi instrinsik atau yang berasal dari dalam diri seseorang.

3. Faktor Motivasi Berinovasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi karyawan untuk berinovasi baik secara individu maupun kelompok menurut Beerkens, (2018) yaitu sebagai berikut :

- a. Kepercayaan diri merupakan keyakinan tentang kompetensi seseorang dalam pekerjaan dan juga merupakan keyakinan kompetensi seseorang terkait dengan kinerja kreatif.
- b. Otonomi merupakan kebebasan dalam pekerjaan individu dalam hal bagaimana, kapan dan di mana pekerjaan diselesaikan, sebab individu yang menonjol dalam kemampuannya untuk melakukan tindakan kreatif sering kali menghargai kemandirian dan otonomi (McLean, 2005).
- c. Ekspektasi inovasi dari pemimpin merupakan seorang pemimpin yang mengharapkan karyawannya untuk menunjukkan perilaku inovatif, hal ini memungkinkan untuk membentuk perilaku karyawan dengan mengubah harapan diri dan motivasinya (Eden, 1984). Scott & Bruce (1994), juga menyebutkan bahwa seorang pemimpin yang mengharapkan karyawannya untuk menjadi inovatif, akan dianggap mendorong dan memfasilitasi inovasi.
- d. Persepsi lingkungan yang aman ialah lingkungan eksternal di luar individu dan pekerjaan yang berperan dalam proses inovasi seperti terciptanya lingkungan kerja yang positif, terbuka dan suportif, memiliki hubungan positif dengan kinerja kreatif dan inovatif (Hammond dkk., 2011).

- e. Kejelasan tujuan ialah adanya komitmen terhadap tujuan dalam proses inovasi. Kejelasan tujuan dapat memfasilitasi inovasi kelompok karena memungkinkan pengembangan ide-ide baru yang terfokus (Beerens, 2018).
- f. Keragaman dalam inovasi. Keragaman yang dimaksud yaitu keragaman latar belakang profesional, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan berhubungan positif dengan inovasi dalam sebuah kelompok yang terdiri dari beberapa individu. Keragaman ini mengarah pada padangan dan perspektif yang lebih divergen dalam pemecahan masalah yang menciptakan potensi untuk pengambilan keputusan yang lebih komprehensif atau kreatif (West, 2002; Martins & Terblanche, 2003).

Faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi motivasi karyawan untuk berinovasi menurut Soleas (2021), yang memiliki dasar dari teori *expectancy-value-cost* adapun penjelasannya sebagai berikut :

- a. Harapan

Menurut Soleas (2021), individu yang melihat dirinya berpotensi mampu berinovasi karena efikasi atau kepercayaan diri yang didapat harus memiliki ekspektasi yang lebih tinggi untuk dapat berinovasi dan dengan demikian menjadi lebih berinvestasi dalam tugas berinovasi.

Harapan untuk sukses juga akan menghasilkan kesejahteraan, yang kemudian melahirkan harapan lebih lanjut untuk sukses dalam inovasi. Harapan untuk sukses dapat dibangun melalui karakteristik lingkungan yang mendukung, pengalaman yang relevan serta kesuksesan di masa lalu, adanya dukungan dan stabilitas.

b. Biaya

Biaya merupakan faktor penghambat yang juga mempengaruhi motivasi untuk berinovasi, hal ini dapat disebabkan karena adanya bahaya dari terlalu banyak persaingan, manfaat dari mengadopsi strategi mitigasi biaya dan efek dari rasa takut, tekanan dan stres pada inovator yang memiliki keinginan tinggi untuk berinovasi (Soleas, 2021).

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa faktor motivasi untuk berinovasi karyawan dapat dipengaruhi oleh kepercayaan diri, otonomi, ekspektasi, persepsi lingkungan, kejelasan tujuan, keragaman dalam inovasi serta harapan terhadap inovasi, sedangkan biaya menjadi faktor penghambat untuk karyawan berinovasi.

B. Kepercayaan Diri

1. Pengertian Kepercayaan Diri

Rasa percaya diri merupakan keyakinan individu pada kemampuannya sendiri, akan adanya tujuan hidup, dan keyakinan bahwa dengan kecerdasan yang dimilikinya akan sanggup melaksanakan sesuatu yang diinginkan, direncanakan serta diharapkan (Ma'rifattullah, 2016). Rasa percaya diri juga merupakan proses belajar yang membentuk serta mempelajari kemampuannya sehingga timbul keyakinan serta perilaku yang dihasilkan akan baik. Menurut (Kolonio dkk., 2019), kepercayaan diri adalah suatu perilaku serta keyakinan seseorang akan potensi yang dimilikinya, yang terlihat seperti tidak merasa khawatir dalam bertindak, memiliki pilihan untuk melakukan hal yang disukai, merasa tanggung jawab dalam bertindak, lembut serta santun dalam bergaul dengan individu lain, dapat menyambut serta menghormati orang lain, termotivasi untuk mencapai cita-cita dan mampu mengenali kelebihan serta kekurangan diri.

Kepercayaan diri yaitu salah satu unsur kepribadian seseorang yang memegang peranan penting dalam mewujudkan kemampuan yang dimilikinya, artinya tanpa adanya kepercayaan diri maka akan timbul

banyak masalah dalam diri seseorang (Afiatin & Martaniah, 1998). Kepercayaan diri merupakan suatu hal yang bersifat internal, relatif dan sangat dinamis, serta sangat ditentukan oleh kemampuan dalam memulai, melakukan dan menuntaskan tugas (Alfiaz dkk., 2024). Alfiaz juga menerangkan bahwa seseorang yang penuh percaya diri mempunyai potensi dalam menuntaskan tugas secara teratur, tersusun, optimal dan tepat. Kepercayaan diri juga senantiasa terwujud dalam sikap tenang, tekun, bersemangat dan ulet dalam melaksanakan pekerjaan, artinya individu yang mempunyai keyakinan tinggi akan merasa bahwa dirinya mempunyai nilai dan memiliki potensi dalam melalui hidup, memikirkan opsi-opsi, serta dapat mengambil pilihan sendiri (Alfiaz dkk., 2024).

Individu yang yakin dirinya mampu menuntaskan tugas maupun pekerjaan seimbang dengan tahap perkembangannya, atau paling tidak mempunyai potensi belajar dalam menuntaskan tugas tersebut (Alfiaz dkk., 2024). Alfiaz juga memaparkan bahwa seseorang yang penuh percaya diri mempunyai keberanian dan potensi untuk meningkatkan prestasinya.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri merupakan rasa yakin seseorang secara intrinsik akan potensi yang dimilikinya, mengenali kelebihan serta kekurangannya sehingga dapat belajar dan memiliki usaha untuk meningkatkan kemampuannya.

2. Aspek Kepercayaan Diri

Afiatin & Martaniah (1998) memaparkan beberapa aspek dari Lauster dan Guilford yang dianggap sebagai karakteristik dan indikator kepercayaan diri yaitu :

- a. Individu merasa puas dengan pekerjaan yang dilakukannya. Hal ini bergantung pada rasa percaya pada kelebihan, potensi serta keahlian yang dimiliki individu. Individu merasa penuh percaya diri dan berambisi tinggi, tidak selalu membutuhkan bantuan orang lain, mampu bekerja keras, mampu menangani tugas dengan baik dan

bekerja secara efektif, serta bertanggung jawab atas keputusan dan tindakannya.

- b. Individu merasa diakui oleh kelompoknya. Hal ini bergantung pada kepercayaan pada keterampilan sosialnya. Seseorang merasa bahwa tim atau individu lain seperti dirinya aktif dalam mengelola kondisi lingkungan, dan berani mengungkapkan keinginan atau gagasannya dengan penuh tanggung jawab dan tanpa pamrih.
- c. Individu mampu berperilaku dengan tenang. Hal ini bergantung pada kepercayaan pada kelebihan serta potensi yang dimilikinya. Individu yang berperilaku dengan tenang, tidak cepat setres dan sangat mampu menerima berbagai situasi.

Berbeda dengan Gufron & Risnawita (2010), yang menjelaskan aspek-aspek kepercayaan diri menurut Lauster sebagai berikut :

- a. Kepercayaan pada potensi diri, yaitu sikap positif terhadap diri sendiri.
- b. Optimisme, yaitu sikap positif seseorang dengan sudut pandang yang baik terhadap segala sesuatu yang menyangkut dirinya, harapannya dan potensinya.
- c. Objektif, yaitu sikap seseorang yang melihat persoalan dan segala sesuatu menurut kebenaran dan haknya sendiri.
- d. Bertanggung jawab, yaitu sikap kerelaan individu dalam menanggung segala hal yang diakibatkannya.
- e. Rasional dan realistis, yaitu potensi dalam menganalisa masalah, hal dan peristiwa melalui bantuan pemikiran yang dapat diterima oleh akal sehat dan realistis.

Menurut Bandura dalam Riansyah & Luterlean (2022), menyebutkan bahwa kepercayaan diri pada setiap individu terletak pada tiga aspek yaitu *magnitude*, *strength* dan *generality*. Masing-masing mempunyai implikasi penting dalam performansi, yang secara lebih jelas dapat diuraikan antara lain sebagai berikut :

- a. Aspek *magnitude* (kesulitan tugas), aspek berikut mengacu pada tingkat kesulitan yang mendesak seseorang untuk menghadapinya, mulai dari yang mudah, sedang hingga yang memerlukan usaha maksimal (sulit). Seseorang yang percaya diri akan kuat menghadapi tantangan dihadapannya, memiliki minat yang besar serta mempunyai komitmen yang tinggi.
- b. Aspek *generality* (generalisasi), aspek ini mengacu pada jangkauan tugas yang dilakukan. Individu dengan kepercayaan diri yang tinggi lebih yakin bahwa dirinya mampu mempertahankan kinerjanya, meskipun dirinya merasa cemas dengan usaha yang dilakukannya.
- c. Aspek *strength* (kekuatan keyakinan), aspek ini mengacu pada tingkat potensi individu pada aspek-aspek yang berkaitan dengan ketangguhan/ keteguhan seseorang pada keyakinannya.

Berdasarkan paparan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa aspek dari kepercayaan diri yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan Lauster yang dijelaskan oleh Ghufro dan Risnawita bahwa ada lima aspek kepercayaan diri yaitu keyakinan pada potensi diri, optimisme, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis.

3. Ciri Individu yang Percaya Diri

Individu dengan kepercayaan diri yang tinggi tentu dapat dilihat melalui beberapa karakteristik yang telah dijelaskan oleh Masriani & Dina Liana (2022) sebagai berikut :

- a. Mampu bersikap tenang pada segala kondisi yang dihadapi
- b. Mempunyai kemampuan serta keahlian yang cukup

- c. Dapat menguasai rasa tegang pada dirinya di segala situasi
- d. Mampu beradaptasi serta berkomunikasi pada segala situasi
- e. Memiliki kondisi mental dan fisik yang cukup menunjang penampilannya
- f. Mempunyai kecerdasan yang memadai
- g. Mempunyai potensi atau kelebihan lain yang dapat mendukung kehidupannya.
- h. Mempunyai kesanggupan dalam bersosialisasi
- i. Mempunyai riwayat pendidikan keluarga yang baik
- j. Mempunyai riwayat hidup yang membentuk mentalnya menjadi kuat serta tahan pada segala kondisi serta berbagai cobaan hidup

Sejalan dengan ciri-ciri individu yang percaya diri menurut Mardatillah yang dijelaskan oleh Novitasari & Setyawati (2023) sebagai berikut :

- a. Mampu memahami potensi serta kekurangan yang ada dalam dirinya agar dapat meningkatkan minat dan bakatnya
- b. Memiliki tujuan hidup yang jelas serta pantang menyerah
- c. Mampu mengevaluasi diri sendiri
- d. Selalu berusaha memiliki pikiran yang positif dalam segala kondisi
- e. Mampu menetralsasi rasa cemasnya
- f. Selalu berusaha tenang dalam segala kondisi
- g. Mampu menangani pikiran negatif dalam diri
- h. Mempunyai tekad yang kuat

C. Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Motivasi Berinovasi Pada Karyawan

Sumber inovasi adalah ide yang diperoleh dari pengalaman proses pembelajaran. Semakin baik pengalaman dan proses pembelajaran yang diikuti seseorang akan menentukan bagaimana orang tersebut menyelesaikan pekerjaan dan membuat keputusan yang bernilai bagi organisasi (Andriany dkk., 2022). Menurut Larsen & Lewis (2007), salah satu karakteristik yang

paling penting dan harus dimiliki karyawan untuk meningkatkan produktivitas kerja adalah memiliki kemampuan untuk berinovasi.

Kemampuan berinovasi merupakan kemampuan untuk menciptakan ide baru sebagai solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Menurut Ussahawanitchakit (2007) mendefinisikan kemampuan inovasi sebagai kemampuan untuk mengembangkan produk baru yang memuaskan pasar, menerapkan proses teknologi yang lebih tepat, agar dapat mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Perusahaan yang termotivasi untuk belajar secara terus menerus akan meningkatkan pengetahuannya dan mempengaruhi kemampuan bisnis untuk berinovasi (Andriany dkk., 2022). Perusahaan yang demikian membutuhkan kecenderungan motivasi dari para karyawannya. Motivasi merupakan kemampuan, sifat, nilai dan kepribadian seseorang yang diwujudkan dalam perilaku untuk mencapai keberhasilan. Motivasi kemampuan seseorang dalam mengelola pengetahuan yang baik melalui proses menangkap pengetahuan, mencerna, berbagi, dan menerapkannya akan menciptakan inovasi, hal ini disebut sebagai motivasi untuk berinovasi (Andriany dkk., 2022).

Motivasi untuk berinovasi dapat berasal dari dorongan internal maupun eksternal yang mampu mendorong inovator untuk menciptakan ide inovasi. Motivasi untuk berinovasi pada karyawan juga harus diperhatikan oleh perusahaan, sebab inovator yang kurang termotivasi dapat berdampak pada berkurangnya kreativitas dan produktivitas karyawan yang penting untuk pertumbuhan perusahaan. Menurut Bhaduri & Kumar (2011), motivasi berinovasi pada karyawan terdiri dari motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik yang tidak saling melengkapi ataupun linier.

Menurut Beerkens (2018), faktor yang dapat meningkatkan motivasi untuk berinovasi pada karyawan yaitu kepercayaan diri. Teori yang dapat menghubungkan antara motivasi berinovasi dengan kepercayaan diri adalah teori *social cognitive* yang dikembangkan oleh Bandura (Mukhid, 2009).

Teori kognitif sosial ini menjelaskan bahwa terdapat keterkaitan antara faktor pribadi, perilaku dan pengaruh lingkungan. Keterkaitan antara ketiga elemen tersebut seringkali disebut determinisme timbal balik. Determinisme timbal balik ini menjelaskan bahwa perilaku serta faktor pribadi tidak hanya dibentuk melalui lingkungan saja, tetapi perilaku dan faktor pribadi dari individu tersebut juga mampu memengaruhi serta membentuk lingkungan tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan proses berinovasi yang dilakukan oleh karyawan, bahwa karyawan belajar berinovasi dengan memperhatikan rekan sejawatnya yang sukses berinovasi (pengaruh lingkungan) sehingga karyawan tersebut merasa percaya diri dan mampu untuk melakukan hal yang sama (faktor pribadi) sehingga dapat mendorong karyawan tersebut dalam mendedikasikan waktunya untuk berinovasi sampai terimplementasinya ide-ide inovatif (perilaku), yang kemudian menghasilkan pujian dari atasannya (lingkungan).

Kepercayaan diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimilikinya. Seseorang yang melihat dirinya berpotensi atau mampu berinovasi maka akan cenderung berhasil dalam kegiatan inovasi tersebut (Beerkens, 2018). Karyawan yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi akan meningkatkan motivasi dalam berinovasi. Peningkatan kepercayaan diri bergantung pada keterkaitan antara usaha yang dikejar oleh inovator, usaha yang ingin dilakukan serta pengalaman yang relevan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Füller dkk., (2012), Chis dkk., (2018), dan Apergis & Pekka-Economou (2010) menemukan bahwa pengalaman atau pelatihan dalam lingkungan yang kreatif cenderung meningkatkan kepercayaan diri saat berpartisipasi dalam proses inovasi, dengan demikian para inovator yang memiliki pengalaman yang berkaitan dengan usaha yang dipertimbangkan oleh inovator, maka inovator cenderung akan melakukan kegiatan inovasi. Pengalaman-pengalaman tersebut dapat menanamkan atau mengembangkan kepercayaan diri inovator.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri dan tingkat motivasi untuk berinovasi memiliki hubungan satu dengan yang lain. Motivasi berinovasi terdiri dari intrinsik dan ekstrinsik. Kepercayaan diri dapat mempengaruhi tingkat motivasi untuk berinovasi pada karyawan. Teori yang mampu mendasari dalam penelitian ini yaitu teori kognitif sosial yang dikemukakan oleh Bandura. Individu yang memiliki kepercayaan diri tinggi cenderung lebih termotivasi untuk mencapai keberhasilan dalam suatu pekerjaan.

D. HIPOTESIS

1. Terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi karyawan untuk berinovasi. Semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki karyawan maka akan semakin tinggi motivasi untuk berinovasi pada karyawan di PT XYZ.
2. Terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan motivasi intrinsik karyawan untuk berinovasi. Semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki karyawan akan semakin tinggi motivasi intrinsik untuk berinovasi pada karyawan di PT XYZ.
3. Terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan motivasi ekstrinsik karyawan untuk berinovasi. Semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki karyawan akan semakin tinggi motivasi ekstrinsik untuk berinovasi pada karyawan di PT XYZ.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan angka-angka yang diperoleh melalui pengumpulan data, penafsiran terhadap data, pengambilan data, serta penampilan dari hasilnya (Sugiyono, 2019). Identifikasi variabel bertujuan untuk memberikan batasan yang jelas terhadap variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, dua jenis variabel digunakan yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel tergantung (*dependen*) yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Bebas : Kepercayaan Diri (X)
2. Variabel Tergantung : Motivasi Berinovasi (Y)

B. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang variabel yang dirumuskan berdasarkan ciri maupun kekhasan variabel dalam penelitian melalui pengamatan (sitasi Azwar, 2022). Berikut definisi operasional dari motivasi berinovasi dan kepercayaan diri:

1. Motivasi Berinovasi

Motivasi berinovasi merupakan dorongan yang mendesak individu untuk melakukan kegiatan inovasi yang diungkap oleh aspek motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik yang digagas oleh (Bhaduri & Kumar, 2011). Pada penelitian ini motivasi berinovasi diukur menggunakan alat ukur dengan skala motivasi berinovasi.

2. Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri merupakan rasa yakin yang dimiliki oleh seorang individu terhadap kemampuannya yang diungkap melalui aspek menurut (Gufon & Risnawita, 2010). Individu yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi yaitu individu yang memiliki keyakinan akan kemampuan dirinya,

optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis. Pada penelitian ini kepercayaan diri diukur menggunakan alat ukur kepercayaan diri.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi dan Kriteria Populasi

Populasi merupakan keseluruhan jumlah objek/subjek dalam suatu wilayah yang kemudian peneliti menetapkan ciri-ciri objek atau subjek untuk dipelajari serta nantinya ditarik kesimpulan sebagai hasil (Sugiyono, 2018). Seluruh karyawan PT. XYZ merupakan populasi yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT. XYZ, jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 1.796 karyawan dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1 Jumlah Karyawan PT. XYZ

Data Karyawan PT XYZ		
NO	Wilayah Kerja	Jumlah
1.	Cilacap Plant	227
2.	Lhoknga Plant	152
3.	Narogong Plant	333
4.	Tuban Plant	256
5.	Non Plant	828
Total		1796

2. Sampel

Sampel ialah bagian yang mewakili populasi dengan cara diambil dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki (Sugiyono, 2018). Menurut Azwar (2022), sampel yaitu sebagian subjek dari populasi, maknanya ialah sampel diambil sebagian dari populasi. Sampel diambil berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel isaac dan michael bahwa sesuai jumlah populasi dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang didapatkan dengan taraf kesalahan 5% yaitu 292 subjek.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yaitu cara dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mengambil sampel. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019).

Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Karyawan aktif PT. XYZ
2. Pernah mengikuti program juara inovasi
3. Bersedia untuk dijadikan sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Skala Motivasi Berinovasi

Penyusunan skala motivasi berinovasi menggunakan aspek berdasarkan Bhaduri & Kumar, (2011) yang memiliki dua aspek yaitu motivasi secara intrinsik dan motivasi secara ekstrinsik. Penelitian ini menggunakan skala motivasi berinovasi yang dibuat oleh peneliti dengan bantuan dosen pembimbing sebagai *expert judgment*. Skala yang digunakan saat pengambilan data motivasi berinovasi menggunakan skala model likert. Penyajian item dalam alat ukur ini yaitu *favorable* dan *unfavorable* dengan format respon jawaban yang dapat dipilih pada skala motivasi berinovasi berdasarkan empat pilihan jawaban yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), dan STS (Sangat Tidak Sesuai). Berikut *blueprint* dari skala motivasi berinovasi:

Tabel 2 Blueprint Skala Motivasi Berinovasi

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Intrinsik	4	4	8
2.	Ekstrinsik	4	4	8
	Total:	8	8	16

2. Skala Kepercayaan Diri

Penyusunan skala kepercayaan diri dalam penelitian ini menggunakan aspek-aspek menurut Gufon & Risnawita (2010) yaitu keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis. Penelitian ini menggunakan skala kepercayaan diri yang dibuat oleh Putri (2020). Terdapat 26 item pernyataan dalam skala dan 22 item memiliki berdaya beda tinggi yang sekitar 0,343 sampai 0,532 dengan koefisien *cronbach alpha* sebesar 0,85. Penyajian item dalam alat ukur ini yaitu *favorable* dan *unfavorable* dengan format respon jawaban yang dapat dipilih pada skala kepercayaan diri berdasarkan empat pilihan jawaban yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), dan STS (Sangat Tidak Sesuai). Berikut *blueprint* dari skala kepercayaan diri:

Tabel 3 Blueprint Skala Kepercayaan Diri Milik Putri (2020)

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan akan kemampuan diri	4	4	8
2.	Optimis	5	5	10
3.	Obyektif	1	-	1
4.	Bertanggung jawab	1	1	2
5.	Rasional	1	-	1
	Total:	12	10	22

Setelah peneliti melakukan uji coba, hasil menunjukkan bahwa terdapat 2 aspek yang gugur sehingga skala tidak dapat digunakan untuk penelitian. Peneliti disarankan oleh dosen pembimbing untuk membuat skala kepercayaan diri secara mandiri dengan tetap menggunakan aspek-aspek menurut Gufon & Risnawita (2010). Skala yang digunakan saat pengambilan data kepercayaan diri menggunakan skala model likert. Penyajian item dalam alat ukur ini yaitu *favorable* dan *unfavorable* dengan format respon jawaban yang dapat dipilih pada skala motivasi berinovasi

berdasarkan empat pilihan jawaban yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), dan STS (Sangat Tidak Sesuai). Berikut *blueprint* dari skala kepercayaan diri:

Tabel 4 Blueprint Skala Kepercayaan Diri

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan akan kemampuan diri	4	4	8
2.	Optimis	4	4	8
3.	Obyektif	2	2	4
4.	Bertanggung jawab	2	2	4
5.	Rasional	2	2	4
	Total:	14	14	28

E. Validitas, Uji Daya Beda Item dan Estimasi Reabilitas Item

1. Validitas

Validitas dilakukan dengan sasaran untuk membuktikan bahwa suatu alat tes dapat mengukur apa yang sedang diukur (Azwar, 2018). Sejalan dengan pendapat Sugiyono (2013) yang menyebutkan bahwa validitas berfungsi untuk menunjukkan bahwa alat tes yang digunakan mampu untuk mengukur sesuatu yang harus dan sedang diukur, dengan kata lain jika hasil skala tidak valid maka skala tersebut tidak mampu mengukur sesuatu yang semestinya diukur. Penelitian ini menggunakan validitas isi. Validitas isi merupakan validitas yang diperkirakan melalui penilaian pada kesesuaian serta relevansi item-item pada alat tes melalui analisis logis maupun penilaian ahli.

2. Uji Daya Beda Item

Uji daya beda item ialah serangkaian proses menganalisis pernyataan-pernyataa dalam suatu alat tes, supaya alat ukur yang dipakai dalam proses penelitian hanya pernyataan yang layak dan memiliki kualitas tinggi (Azwar, 2018). Cara menganalisis item yaitu melalui perbandingan antara r tabel dengan r observasi pada setiap item dengan menggunakan

taraf signifikan 0,30 (Shadiqi, 2023). Menurut Azwar (2018) menyatakan bahwa jika r observasi item $< 0,30$ maka item tersebut memiliki daya beda rendah dan tidak disarankan menjadi bagian dari tes. Uji daya beda item pada penelitian ini dihitung menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan bantuan SPSS (*Statistical Packages for Social Science*).

3. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas alat ukur dilakukan guna menunjukkan sejauh mana konsistensi alat tes untuk dapat mengukur obyek yang sama berulang kali dan menunjukkan hasil data yang sama (Sugiyono, 2013). Sesuai dengan pendapat Azwar (2018) yang menyebutkan bahwa alat tes mampu dikatakan tepat apabila hasil pengukurannya konsisten. Prosedur analisis reliabilitas dalam penelitian ini diuji dengan Alpha Cronbach yang dihitung melalui bantuan program SPSS (*Statistical Packages for Social Science*). Skala yang digunakan oleh peneliti adalah skala kepercayaan diri dan skala motivasi untuk berinovasi.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yaitu korelasi *product moment*. Peneliti menggunakan korelasi ini untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel tergantung (Y) dengan satu variabel bebas (X) (Sugiono, 2018).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kanchah dan Pelaksanaan Penelitian

1. Orientasi Kanchah Penelitian

Orientasi kanchah merupakan studi pendahulu sebagai persiapan sebelum dimulainya penelitian. Persiapan penelitian didahului dengan observasi serta menentukan tempat penelitian. Peneliti memilih PT.XYZ sebagai tempat penelitian yang beralamat di Kota Jakarta sebagai kantor pusat. PT. XYZ merupakan salah satu perusahaan di bidang industri bahan bangunan. Bahan bangunan yang diproduksi oleh PT.XYZ yaitu agregat, beton dan semen yang dioperasikan oleh empat pabrik yang berada di Narogong, Jawa Barat; Cilacap, Jawa Tengah; Tuban, Jawa Timur dan Lhoknga, Aceh.

PT. XYZ memiliki komitmen untuk keberlanjutan, dengan tujuan dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan agar dapat bersaing serta mampu menghadapi tantangan di masa depan. Solusi untuk mewujudkan komitmen tersebut dapat dilakukan dengan cara menciptakan ide-ide inovatif oleh karyawan, sehingga PT. XYZ membuat ajang kompetisi yaitu “juara inovasi” untuk mengapresiasi karyawannya yang berinovasi dan utamanya sebagai manajemen pengetahuan yang berkelanjutan. Program juara inovasi ini memiliki dua kategori besar yaitu *breaktrough innovation* untuk ide-ide inovasi yang baru diciptakan dan belum pernah ada di PT. XYZ dan kategori *incremental* untuk ide-ide yang dikembangkan dari ide-ide yang sudah ada sebelumnya.

Proses berjalannya juara inovasi ini diawali dengan komitmen manajemen yang dijelaskan oleh pengelola inovasi kepada para jajaran direksi, setelah itu dilanjutkan dengan sosialisasi kepada karyawan. Kemudian para karyawan akan mendaftarkan ide inovatifnya melalui *website* yang disediakan perusahaan, selanjutnya ide-ide inovatif akan divalidasi oleh juri. Tahap validasi ini dewan juri melakukan pengecekan

untuk setiap ide agar setiap ide yang didaftarkan tidak sama dengan ide inovatif yang sudah ada di tahun-tahun sebelumnya. Setiap ide inovatif yang lolos akan dipresentasikan oleh inovator kepada dewan juri, namun dalam beberapa tahun akhir ini PT.XYZ mengalami penurunan jumlah ide-ide yang dihasilkan oleh karyawannya. Hal tersebut terlihat dari hasil *report* jumlah inovasi dari tahun ke tahun dan menunjukkan adanya penurunan motivasi karyawan dalam berinovasi.

Tahap selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan beberapa karyawan yang pernah mengikuti juara inovasi untuk menanyakan kendala yang dialami selama proses melakukan kegiatan inovasi tersebut. Kemudian peneliti meminta data penelitian seperti jumlah ide inovasi yang didaftarkan tiap tahunnya, termasuk jumlah karyawan aktif yang bekerja untuk menentukan populasi dan sampel penelitian.

Peneliti memiliki beberapa alasan dan pertimbangan untuk melakukan penelitian di PT. XYZ sebagai berikut :

- a. Penelitian mengenai hubungan antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi berinovasi belum pernah dilakukan di lokasi tersebut.
- b. PT. XYZ memiliki permasalahan yang sesuai dengan penelitian ini.
- c. Subjek memiliki ciri-ciri yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh peneliti
- d. Peneliti mendapatkan izin dari pihak pengelola inovasi PT. XYZ untuk melakukan penelitian.

2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

a. Persiapan Perizinan Penelitian

- 1) Peneliti menyampaikan permohonan izin kepada pengelola inovasi di PT. XYZ untuk melakukan penelitian serta melakukan studi pendahuluan terkait dengan masalah yang terjadi di PT. XYZ. Peneliti juga meminta izin untuk menggunakan data-data yang relevan dalam penelitian.

- 2) Peneliti selanjutnya melakukan wawancara dengan beberapa karyawan yang mengikuti juara inovasi.
- 3) Peneliti kemudian melakukan presentasi hasil studi pendahuluan kepada pihak pengelola inovasi di PT. XYZ serta menyampaikan jadwal untuk melakukan penelitian, setelah mendapatkan izin dari pihak pengelola inovasi PT. XYZ peneliti segera membuat surat izin penelitian.
- 4) Peneliti membuat surat perizinan yang dibuat resmi oleh pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung untuk PT. XYZ dengan nomor surat 38/C.1/Psi-SA/I/2025.

b. Penyusunan Alat Ukur

1) Skala Motivasi Berinovasi

Skala motivasi berinovasi dalam penelitian ini menggunakan aspek berdasarkan Bhaduri & Kumar, (2011) yang memiliki dua aspek yaitu motivasi secara intrinsik dan motivasi secara ekstrinrik. Skala motivasi berinovasi memiliki jumlah 16 item dengan rincian 8 item *favorable* dan 8 item *unfavorable*. Format respon jawaban memiliki empat alternatif jawaban untuk item *favorable* yaitu SS (Sangat Sesuai) dengan skor 4, skor 3 untuk S (Sesuai), skor 2 untuk TS (Tidak Sesuai) dan skor 1 untuk STS (Sangat Tidak Sesuai). Penilaian item *unfavorable* diberikan skor dengan urutan terbalik yaitu skor 1 untuk jawaban SS (Sangat Sesuai), skor 2 untuk S (Sesuai), skor 3 untuk (Tidak Sesuai) dan skor 4 untuk STS (Sangat Tidak Sesuai). Sebaran distribusi item skala motivasi berinovasi yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5 Sebaran Nomor Item Skala Motivasi Berinovasi

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Intrinsik	2, 4, 6, 8	10, 12, 14, 16	8

2. Ekstrinsik	1, 3, 5, 7	9, 11, 13, 15	8
Total:	8	8	16

2) Skala Kepercayaan Diri

Penyusunan skala kepercayaan diri dalam penelitian ini menggunakan aspek-aspek menurut Gufron & Risnawita (2010) yaitu keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis. Penelitian ini menggunakan skala kepercayaan diri yang dibuat oleh Putri (2020). Skala kepercayaan diri ini memiliki jumlah 22 item dengan rincian 12 item *favorable* dan 10 item *unfavorable*. Format respon jawaban memiliki lima alternatif jawaban untuk item *favorable* yaitu SS (Sangat Sesuai) dengan skor 4, skor 3 untuk S (Sesuai), skor 2 untuk (Tidak Sesuai) dan skor 1 untuk STS (Sangat Tidak Sesuai). Penilaian item *unfavorable* diberikan skor dengan urutan terbalik yaitu skor 0 untuk jawaban SS (Sangat Sesuai), skor 1 untuk S (Sesuai), skor 2 untuk (Tidak Sesuai) dan skor 3 untuk STS (Sangat Tidak Sesuai). Sebaran distribusi item skala kepercayaan diri yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 Sebaran Nomor Item Skala Kepercayaan Diri Try Out 1

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan akan kemampuan diri	1, 11, 15, 19	6, 3, 16, 21	8
2.	Optimis	2, 12, 8, 20, 22	7, 17, 10, 14, 18	10
3.	Obyektif	13	-	1
4.	Bertanggung jawab	4	9	2

5. Rasional	5	-	1
Total:	12	10	22

Skala kepercayaan diri milik Putri (2020) mendapatkan hasil 0,891 namun terdapat 2 aspek yang gugur sehingga skala tidak dapat digunakan dalam penelitian dan sebagai solusi skala kepercayaan diri yang dibuat oleh peneliti dengan tetap menggunakan aspek-aspek menurut Gufron & Risnawita (2010) yaitu keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis. Skala penelitian ini memiliki 28 item yang terdiri dari 14 item *favorable* dan 14 item *unfavorable*. Alat ukur ini memiliki 4 format jawaban dengan rinciannya penilaiannya yaitu item *favorable* jawaban SS (Sangat Sesuai) dengan skor 4, skor 3 untuk S (Sesuai), skor 2 untuk (Tidak Sesuai) dan skor 1 untuk STS (Sangat Tidak Sesuai). Penilaian item *unfavorable* diberikan skor dengan urutan terbalik yaitu skor 0 untuk jawaban SS (Sangat Sesuai), skor 1 untuk S (Sesuai), skor 2 untuk (Tidak Sesuai) dan skor 3 untuk STS (Sangat Tidak Sesuai). Sebaran distribusi item skala kepercayaan diri yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7 Sebaran Nomor Item Skala Kepercayaan Diri Try Out 2

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan akan kemampuan diri	1, 8, 6,9	15, 20, 22, 23	8
2.	Optimis	2, 7, 10, 11	16, 21, 24, 25	8
3.	Obyektif	3, 12	17, 26	4

4.	Bertanggung jawab	4, 13	18, 27	4
5.	Rasional	5, 14	19, 28	4
	Total:	14	14	28

c. Uji Coba Alat Ukur

Uji coba alat ukur dilakukan agar alat ukur yang digunakan pada saat penelitian telah teruji valid dan reliabel. Uji coba alat ukur dilaksanakan pada tanggal 19 Maret 2025 hingga 16 April 2025 yang dilakukan secara daring. Kuesioner dibuat menggunakan *google form* dan penyebarannya dilakukan dengan cara mengirimkan email yang dibantu oleh pengelola inovasi di PT XYZ kepada karyawan.

Langkah selanjutnya penelitian melakukan hitung skala menggunakan SPSS versi 25.0. Setelah dilakukan uji daya beda, terdapat masalah pada skala kepercayaan diri bahwa 2 aspek tidak terwakilkan karena masing-masing aspek hanya memiliki satu item dan gugur setelah dilakukan daya beda, oleh sebab itu peneliti melakukan diskusi dengan dosen pembimbing dan disarankan untuk membuat skala kepercayaan diri secara mandiri dan melakukan kembali uji coba alat ukur.

Peneliti meminta izin kepada pengelola Inovasi PT.XYZ untuk menyebarkan skala langsung kepada karyawan serta meminta kontak karyawan yang belum mengisi skala pada uji coba pertama, setelah mendapatkan izin peneliti segera melakukan uji coba ulang. Uji coba alat ukur kedua dilakukan mulai tanggal 28 April 2025 sampai 2 Mei 2025 yang dilaksanakan secara daring serta skala dibuat menggunakan *google form*. Penyebarannya dilakukan oleh peneliti dengan mengirimkan *personal chat whatsapp* kepada karyawan. Berikut merupakan data uji coba kedua:

Tabel 8 Data Jumlah Responden Uji Coba

Data Karyawan Juara Inovasi Tahun 2024				
NO	Wilayah Kerja	Jumlah Keseluruhan	Jumlah Subjek Try Out 1	Jumlah Subjek Try Out 2
1	Cilacap Plant	36	5	2
2	Lhoknga Plant	29	14	3
3	Narogong Plant	82	9	10
4	Tuban Plant	77	17	8
5	Non Plant	25	11	14
Total		249	56	37

d. Uji Daya Beda Item dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

Tahap selanjutnya peneliti melakukan uji daya beda item serta estimasi koefisien reliabilitas skala motivasi berinovasi dan skala kepercayaan diri pada dua kali proses uji coba. Menurut Azwar (2018), menyatakan bahwa daya beda dapat dikatakan memiliki kualitas baik apabila korelasi item total (r_{ix}) $\geq 0,30$, tapi jika semua hasil analisis kuantitatif item total (r_{ix}) $\leq 0,30$ maka boleh untuk menurunkan ketentuan nilai korelasi item menjadi 0,25. Berikut hasil uji daya beda item pada setiap skala untuk 2 proses uji coba :

1. Uji Coba Pertama

a) Skala Motivasi Berinovasi

Berdasarkan hasil pengujian daya beda item dengan jumlah subjek 56 karyawan, pada skala motivasi berinovasi

hasilnya terdapat 11 item tergolong tinggi dan 5 item tergolong rendah. Koefisien dari daya beda item dengan kategori tinggi berkisar 0,304-0,521 kemudian untuk koefisien daya beda item dengan kategori rendah berkisar -0,222-0,219. Estimasi reliabilitas yang diperoleh dari 11 item pada skala motivasi berinovasi dengan menggunakan *Alpha Cronbach* yaitu 0,739. Berikut rincian daya beda item tinggi dan rendah:

Tabel 9 Sebaran Nomor Item Skala Motivasi Berinovasi Berdaya Bada Tinggi dan Rendah Uji Coba Pertama

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Intrinsik	1*, 3, 5, 7	2, 4*, 6, 8*	8
2.	Ekstrinsik	9, 11, 13, 15*	10, 12*, 14, 16	8
	Total:	8	8	16

*) item daya beda rendah

b) Skala Kepercayaan Diri

Berdasarkan pada pengujian daya beda item skala kepercayaan diri menunjukkan hasil bahwa 20 item yang tergolong berdaya beda tinggi dan 2 item berdaya beda rendah. Koefisien daya beda item dengan kategori tinggi berkisar antara 0,314-0,673 sedangkan untuk daya beda item yang terkategori rendah berkisar 0,231-0,293. Estimasi reliabilitas yang diperoleh dari 22 item pada skala kepercayaan diri dengan menggunakan *Alpha Cronbach* yaitu 0,891. Berikut rincian daya beda item tinggi dan rendah:

Tabel 10 Sebaran Nomor Item Skala Kepercayaan Diri Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Uji Coba Pertama

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan akan kemampuan diri	1, 11, 15,19	6, 3, 16, 21	8
2.	Optimis	2, 12, 8, 20, 22	7,17, 10, 14, 18	10
3.	Obyektif	13*	-	1
4.	Bertanggung jawab	4	9	2
5.	Rasional	5*	-	1
	Total:	12	10	22

*) item daya beda rendah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 2 aspek yang gugur sebab masing-masing aspek hanya memiliki 1 item dan setelah dilakukan uji daya beda item terkategori rendah sehingga harus digugurkan, oleh sebab itu skala kepercayaan diri ini tidak dapat digunakan untuk mengambil data penelitian.

2. Uji Coba Kedua

a) Skala Motivasi Berinovasi

Pada uji coba kedua ini peneliti melakukan susun ulang item pada skala motivasi berinovasi. Berdasarkan uji daya beda item dari skala motivasi berinovasi dengan jumlah responden 37 karyawan, menunjukkan 10 item yang berdaya beda tinggi dan 6 item lainnya berdaya beda rendah.

Koefisien daya beda item dengan kategori tinggi berkisar antara 0,367-0,660 sedangkan untuk daya beda item yang terkategori rendah berkisar -0,122-0,265. Estimasi reliabilitas yang diperoleh dari 10 item pada skala motivasi berinovasi dengan menggunakan *Alpha Cronbach* yaitu 0,837. Berikut rincian daya beda item tinggi dan rendah:

Tabel 11 Sebaran Nomor Item Skala Motivasi Berinovasi Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Uji Coba Kedua

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Intrinsik	2, 4, 6, 8*	10*, 12, 14, 16*	8
2.	Ekstrinsik	1, 3, 5, 7	9*, 11*, 13, 15*	8
	Total:	8	8	16

*) item daya beda rendah

b) Skala Kepercayaan Diri

Berdasarkan uji daya beda item dari skala kepercayaan diri dengan jumlah responden 37 karyawan, menunjukkan bahwa terdapat 26 item yang tergolong tinggi daya beda itemnya dan sisanya 2 item terkategori rendah. Koefisien daya beda item dengan kategori tinggi berkisar antara 0,382-0,795 sedangkan untuk daya beda item yang terkategori rendah berkisar 0,237-0,240. Estimasi reliabilitas yang diperoleh dari 28 item pada skala kepercayaan diri dengan menggunakan *Alpha Cronbach* yaitu 0,937. Berikut rincian daya beda item tinggi dan rendah:

Tabel 12 Sebaran Nomor Item Skala Kepercayaan Diri Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Uji Coba Kedua

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan akan kemampuan diri	1, 8, 6,9	15*, 20, 22, 23	8
2.	Optimis	2, 7*, 10, 11	16, 21, 24, 25	8
3.	Obyektif	3, 12	17, 26	4
4.	Bertanggung jawab	4, 13	18, 27	4
5.	Rasional	5, 14	19, 28	4
	Total:	14	14	28

*) item daya beda rendah

e. Penomoran Ulang

1) Skala Motivasi Berinovasi

Sebelum penyebaran alat ukur, peneliti melakukan penomoran ulang setelah mendapatkan item yang berdaya beda tinggi dan layak digunakan dalam skala penelitian. Berikut tabel yang menunjukkan sebaran penomoran ulang pada skala motivasi berinovasi:

Tabel 13 Penomoran Ulang item Skala Motivasi Berinovasi

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Intrinsik	2, 4, 6	12 (8), 14 (10)	5

2.	Ekstrinsik	1, 3, 5, 7	13 (9)	5
	Total:	7	3	10

*(...) ialah nomor item baru pada skala penelitian

2) Skala Kepercayaan Diri

Peneliti melakukan penomoran ulang setelah selesai melakukan uji daya beda item dan menggugurkan item-item yang berdaya beda rendah, sebab item-item yang boleh digunakan dalam skala penelitian hanya kumpulan item yang memiliki daya beda tinggi. Berikut tabel yang menunjukkan sebaran penomoran ulang pada skala kepercayaan diri:

Tabel 14 Penomoran Ulang Item Skala Kepercayaan Diri

NO.	Aspek	Jumlah		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan akan kemampuan diri	1, 8 (7), 6, 9 (8)	20 (18), 22 (20), 23 (21)	7
2.	Optimis	2, 10 (9), 11(10)	16 (14), 21 (19), 24 (22), 25 (23)	7
3.	Obyektif	3, 12 (11)	17 (15), 26 (24)	4
4.	Bertanggung jawab	4, 13 (12)	18 (16), 27 (25)	4
5.	Rasional	5, 14 (13)	19 (17), 28 (26)	4
	Total:	13	13	26

*(...) ialah nomor item baru pada skala penelitian

B. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan setelah selesai melaksanakan uji coba alat ukur dengan melewati tahap analisis daya beda item, artinya skala penelitian sudah

siap digunakan untuk mengambil data penelitian. Penelitian dilaksanakan mulai tanggal 6 Mei 2025 sampai 10 Mei 2025 yang dilakukan secara daring. Peneliti diberi kontak para inovator dan diinstruksikan untuk menyebarkan secara mandiri. Skala dibuat menggunakan *google form* dan disebarluaskan melalui *whatsapp* oleh peneliti langsung kepada subjek. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu *purposive sampling*. Berikut data jumlah subjek penelitian berdasarkan wilayah kerja subjek:

Tabel 15 Data Jumlah Responden Penelitian

Data Karyawan Juara Inovasi Tahun 2025			
NO	Wilayah Kerja	Jumlah Keseluruhan	Jumlah yang Mengisi
1	Cilacap Plant	73	13
2	Lhoknga Plant	34	3
3	Narogong Plant	105	18
4	Tuban Plant	94	29
5	Non Plant	28	16
Total		334	79

C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang harus dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data terdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan teknik uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov-Z* dengan bantuan SPSS versi 25. Kriteria acuan suatu data dapat dikatakan terdistribusi normal adalah jika p lebih besar dari 0,05. Berikut merupakan tabel hasil uji normalitas pada kedua variabel dalam penelitian ini.

Tabel 16 Hasil Analisis Uji Normalitas

Variabel	Mean	Standar Deviasi	KS-Z	Sig.	P	Ket
----------	------	-----------------	------	------	---	-----

Motivasi Berinovasi	32,85	3,512	0,084	0,200	> 0,05	Normal
Kepercayaan Diri	86,61	10,427	0,088	0,199	> 0,05	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel motivasi berinovasi mendapatkan nilai signifikansi 0,200 dan variabel kepercayaan diri nilai signifikansinya 0,199 sehingga dapat disimpulkan untuk kedua data terdistribusi normal.

b) Uji Linieritas

Peneliti melakukan pengujian linieritas untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel dalam penelitian memiliki korelasi yang linier atau tidak secara signifikan. Kriteria untuk dapat dikatakan kedua variabel memiliki korelasi yang signifikan ketika signifikansinya < 0,05. Hasil dari uji linieritas pada kedua variabel dalam penelitian ini memperoleh F_{linier} sebesar 38,730 dengan nilai signifikansi atau $p = 0,000$ ($p < 0,05$) artinya variabel motivasi berinovasi dengan kepercayaan diri memiliki hubungan yang linier.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis uji korelasi *pearson* dengan tujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara 2 variabel yaitu variabel bebas (X) dengan variabel tergantung (Y). Berdasarkan hasil dari uji korelasi *pearson* ini menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi r_{xy} 0,555 dengan taraf signifikan 0,000 ($p < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dan terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan motivasi berinovasi, artinya individu dengan kepercayaan diri yang tinggi maka tingkat motivasi berinovasinya pun akan tinggi dan sama sebaliknya jika individu kurang percaya diri maka tingkat motivasi berinovasinya pun rendah.

Hasil pengujian korelasi *pearson* antara kepercayaan diri dengan motivasi intrinsik menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi r_{xy} 0,674 dengan taraf signifikan 0,000 ($p < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dan terdapat hubungan positif antara kepercayaan

diri dengan motivasi intrinsik berinovasi, artinya individu dengan kepercayaan diri yang tinggi maka motivasi intrinsik berinovasinya pun akan tinggi, begitu pun sebaliknya.

Berdasarkan hasil uji korelasi *pearson* antara kepercayaan diri dengan motivasi ekstrinsik menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi r_{xy} 0,274 dengan taraf signifikan 0,015 ($p < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dan terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan motivasi ekstrinsik berinovasi, artinya individu dengan kepercayaan diri yang tinggi maka motivasi ekstrinsik berinovasinya pun akan tinggi, begitu pun sebaliknya.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel dalam penelitian ini mempunyai tujuan untuk memperlihatkan gambaran nilai pada responden yang telah mengisi alat ukur serta sebagai penjabaran sebuah kondisi pada atribut yang diteliti pada responden. Peneliti mengkategorisasikan dengan tujuan bahwa nilai individu dalam kelompok yang mewakili nilai rata-rata populasi, selain itu juga dapat diasumsikan bahwa nilai populasi didistribusikan normal sebab hal tersebut memungkinkan pembagian kelompok berdasarkan model norma dasar pada setiap variabel yang diteliti.

Tabel 17 Norma Kategori Skor

Rentang Skor		Kategorisasi
$\mu + 1.5 \sigma$	$< x$	Sangat Tinggi
$\mu + 0.5 \sigma$	$< x \leq \mu + 1.5 \sigma$	Tinggi
$\mu - 0.5 \sigma$	$< x \leq \mu + 0.5 \sigma$	Sedang
$\mu - 1.5 \sigma$	$< x \leq \mu - 0.5 \sigma$	Rendah
x	$\leq \mu - 1.5 \sigma$	Sangat Rendah

1. Deskripsi Data Skor Motivasi Berinovasi

Terdapat 10 item pada skala motivasi berinovasi dengan rentan nilai 1-4. Nilai terendah hipotetik diperoleh responden yaitu 10 (10 x 1) serta skor

tertinggi hipotetik yang dapat diperoleh yakni 40 (10×4) dan untuk rentan skor pada skala diperoleh 30 ($40 - 10$), untuk hasil nilai standar deviasi hipotetik diperoleh dari skor maksimum dikurangi dengan skor minimum dan kemudian dibagi 5 sebagai berikut $((40 - 10):5)$ sama dengan 6, selanjutnya untuk hasil nilai mean hipotetik yaitu 25 dari perhitungan $((40 + 10):2)$. Deskripsi skor skala motivasi berinovasi menunjukkan hasil nilai minimum empirik 25, skor maksimum empirik 40, nilai *mean* empirik 32,85 serta nilai standar deviasi empirik 3,512.

Tabel 18 Diskripsi Skor Motivasi Berinovasi

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	25	10
Skor Maksimum	40	40
Mean	32,85	25
Standar Deviasi	3,512	6

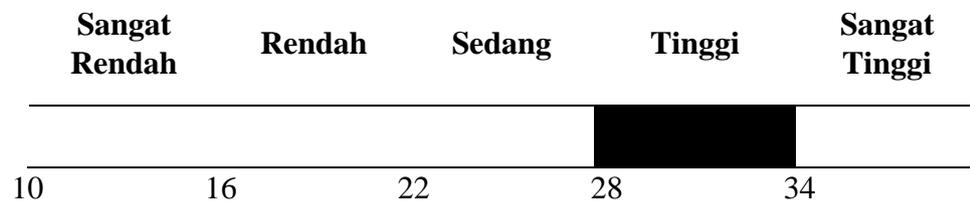
Pada kotak norma kategorisasi tersebut *mean* empirik yang diperoleh seluruh responden berada pada kategori tinggi yaitu 32,85. Dibawah ini akan disampaikan detail norma kategorisasi:

Tabel 19 Kategori Nilai Subjek Motivasi Berinovasi

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Prosentase
$34 < 40$	Sangat Tinggi	26	32,9%
$28 < x \leq 34$	Tinggi	46	58,2%
$22 < x \leq 28$	Sedang	7	8,9%
$16 < x \leq 22$	Rendah	0	0%
$10 \leq 16$	Sangat Rendah	0	0%
Total		79	100%

Kesimpulan yang didapatkan dari data di atas bahwa kategori sangat tinggi memiliki 26 responden (32,9%), kategori tinggi 46 responden (58,2%), kemudian untuk kategori sedang memiliki 7 responden (8,9%),

sedangkan untuk kategori rendah serta sangat rendah memiliki 0 responden (0%). Maknanya banyak karyawan pada penelitian ini memiliki nilai rata-rata skor motivasi berinovasi berada pada kategori tinggi. Dapat digambarkan dengan norma motivasi berinovasi sebagai berikut:



Gambar 1 Rentan Skor Skala Motivasi Berinovasi

Dapat disimpulkan bahwa skor motivasi berinovasi dikategorikan tinggi menunjukkan karyawan lebih terdorong untuk berpikir kreatif, mencari solusi baru dan mengambil risiko yang diperlukan untuk mengembangkan ide-ide inovatif sebab kegiatan berinovasi seringkali melakukan banyak eksperimen dengan risiko tinggi.

2. Deskripsi Data Skor Kepercayaan Diri

Skala ini memiliki 26 item dengan rentan nilai 1-4. Responden memperoleh nilai terendah hipotetik yaitu 26 (26×1) serta nilai tertinggi hipotetik 104 (26×4), kemudian untuk rentang skor yang diperoleh yaitu 78 ($104 - 26$). Hasil perhitungan untuk nilai standar deviasi hipotetik yaitu 15,6 ($((104 - 26):5)$) dan untuk hasil nilai mean hipotetik 65 yang diperoleh dengan cara $((104 + 26):2)$. Deskripsi skor skala kepercayaan diri memperlihatkan hasil nilai minimum empirik 65 serta nilai maksimum empirik yaitu 104, kemudian hasil nilai mean empirik yaitu 86,61 dan standar deviasi empirik yaitu 10,427.

Tabel 20 Diskripsi Skor Skala Kepercayaan Diri

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	65	26
Skor Maksimum	104	104

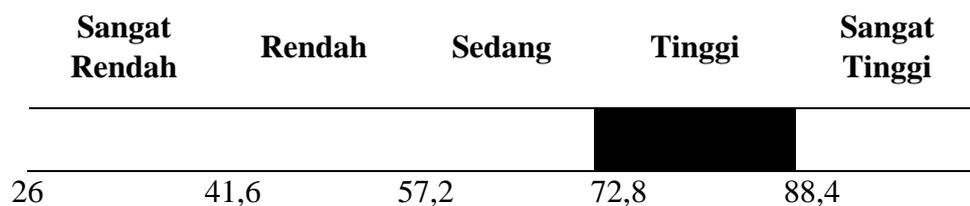
Mean	86,61	65
Standar Deviasi	10,427	15,6

Pada kotak norma kategorisasi tersebut *mean* empirik yang diperoleh seluruh responden berada pada kategori tinggi yaitu 86,61. Dibawah ini akan disampaikan detail norma kategorisasi:

Tabel 21 Kategori Nilai Subjek Skala Kepercayaan Diri

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Prosentase
$88,4 < 104$	Sangat Tinggi	34	40%
$72,8 < x \leq 88,4$	Tinggi	38	48,1%
$57,2 < x \leq 72,8$	Sedang	7	8,9%
$41,6 < x \leq 57,2$	Rendah	0	0%
$26 \leq 41,6$	Sangat Rendah	0	0%
Total		79	100%

Kesimpulan yang dapat diambil dari tabel diatas bahwa kategori sangat tinggi terdapat 34 subjek (40%), kemudian kategori tinggi 38 subjek (48,1%) dan untuk kategori sedang 7 subjek (8,9%), sedangkan untuk kategori rendah dan sangat rendah tidak memiliki subjek atau 0 subjek (0%). Maknanya hasil menunjukkan bahwa karyawan pada penelitian ini mempunyai nilai rata-rata skor kepercayaan diri berada pada kategori tinggi. Dapat digambarkan dengan norma kepercayaan diri sebagai berikut:



Gambar 2 Rentan Skor Skala Kepercayaan Diri

Dapat disimpulkan bahwa kategori skor kepercayaan diri tinggi yang berarti menunjukkan bahwa karyawan memiliki keyakinan diri akan

kemampuannya secara kuat. Karyawan yang memiliki kepercayaan diri tinggi cenderung akan berusaha dengan sungguh-sungguh dalam mencapai tujuan meskipun akan mengalami kegagalan.

E. Pembahasan

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui terdapat hubungan atau tidak antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi berinovasi pada karyawan di PT.XYZ. Hasil penelitian yang telah dilakukan pada 79 orang karyawan menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi r_{xy} 0,555 dengan tingkat signifikan 0,000 ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan maka dapat diterima hipotesis yang peneliti ajukan serta memiliki korelasi yang positif antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi berinovasi pada karyawan di PT.XYZ, ketika semakin tinggi kepercayaan diri karyawan PT.XYZ maka semakin tinggi tingkat motivasi berinovasi yang dimiliki karyawan, begitupun sebaliknya pada saat kepercayaan diri karyawan rendah maka tingkat motivasi berinovasinya juga rendah.

Hasil pengujian korelasi *pearson* antara kepercayaan diri dengan motivasi intrinsik menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi r_{xy} 0,674 dengan taraf signifikan 0,000 ($p < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dan terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan motivasi intrinsik berinovasi, sedangkan hasil uji korelasi *pearson* antara kepercayaan diri dengan motivasi ekstrinsik menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi r_{xy} 0,274 dengan taraf signifikan 0,015 ($p < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dan terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan motivasi ekstrinsik berinovasi. Jika membandingkan kekuatan antara motivasi intrinsik dan ekstrinsik terhadap kepercayaan diri dengan cara membandingkan nilai koefisien korelasi, maka motivasi intrinsik memiliki keterkaitan yang kuat dengan kepercayaan diri.

Penelitian yang dilakukan oleh Dasmo dkk., (2022) memiliki hasil yang sejalan. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara perilaku kerja inovatif dengan kepercayaan diri. Hasilnya memiliki makna

bahwa semakin tinggi kepercayaan diri juga akan semakin tinggi perilaku kerja inovatifnya. Keyakinan tingkat tinggi terhadap kemampuan individu untuk menyelesaikan tugas secara efektif itu sangat penting (Dasmo dkk., 2022).

Studi terdahulu mendukung hasil penelitian ini pada penelitian oleh Siregar dkk., (2022). Penelitiannya dilakukan pada industri kreatif Indonesia dengan jumlah sampel 216 subjek. Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan diri berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap sikap kerja inovatif karyawan pada industri kreatif Indonesia. Perilaku inovatif pada karyawan dapat terlihat pada karyawan yang penuh percaya diri dan begitupun sebaliknya.

Penelitian Aditya & Ardana (2016) pada 34 karyawan PT. Serasi Autoraya Cabang Denpasar mengenai pengaruh kepercayaan diri dengan perilaku kerja inovatif. Hasilnya menunjukkan kepercayaan diri dapat mempengaruhi secara signifikan dan positif pada perilaku kerja inovatif karyawan dengan nilai signifikan 0,000 ($p < 0,05$). Meskipun pendekatan yang digunakan dengan peneliti berbeda, penelitian terdahulu bersifat kausal atau menguji pengaruh sedangkan penelitian ini bersifat korelasional atau menguji hubungan, tetapi keduanya menunjukkan terdapat keterkaitan yang positif antara kepercayaan diri dan inovasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata karyawan PT. XYZ mempunyai tingkat motivasi berinovasi dengan kategori tinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan 58,2% yang dikategorinya tinggi, dengan hasil mean empirik 32,85 dan mean hipotetik 25. Rata-rata karyawan PT. XYZ juga memiliki kepercayaan diri yang tinggi dengan hasil perhitungan 48,1% dengan karyawan 38 orang serta hasil mean empirik 86,61 dan mean hipotetik 65. Kepercayaan diri yang tinggi ini menunjukkan bahwa karyawan merasa mampu atas kompetensi yang dimilikinya untuk berinovasi.

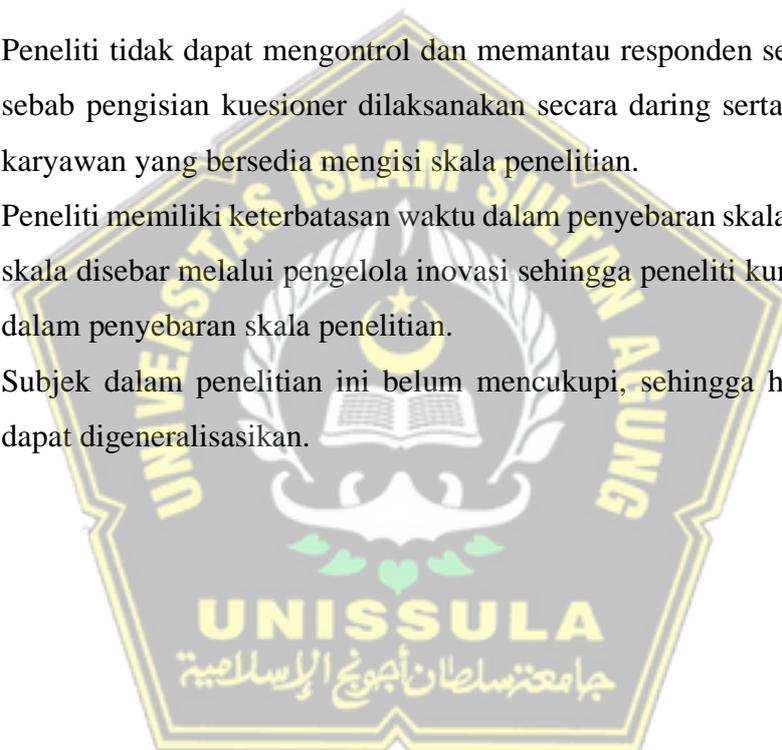
Pengujian hipotesis telah dilakukan serta menunjukkan hasilnya hipotesis pada penelitian ini diterima atau terbukti, hal tersebut dapat dilihat pada hasil nilai koefisien korelasi $r_{xy} = 0,555$ dengan taraf signifikan 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel tergantung yaitu

kepercayaan diri dengan variabel bebas yaitu motivasi berinovasi. Kesimpulan yang didapatkan yaitu bahwa semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki karyawan, maka semakin tinggi juga tingkat motivasi berinovasi pada karyawan PT. XYZ. Begitupun sebaliknya jika kepercayaan diri karyawan rendah, maka tingkat motivasi untuk berinovasinya juga akan rendah.

F. Kelemahan Penelitian

Kelemahan penelitian didapatkan dari hasil penelitian, adapun rincian kelemahan penelitian yaitu:

1. Peneliti tidak dapat mengontrol dan memantau responden secara langsung sebab pengisian kuesioner dilaksanakan secara daring serta hanya sedikit karyawan yang bersedia mengisi skala penelitian.
2. Peneliti memiliki keterbatasan waktu dalam penyebaran skala, sebab diawal skala disebar melalui pengelola inovasi sehingga peneliti kurang maksimal dalam penyebaran skala penelitian.
3. Subjek dalam penelitian ini belum mencukupi, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan didasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, hasilnya memperoleh hipotesis dapat diterima serta adanya hubungan yang positif antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi berinovasi pada karyawan di PT. XYZ. Semakin tinggi motivasi berinovasi oleh karyawan maka akan semakin tinggi pula kepercayaan diri karyawan. Begitu pula sebaliknya semakin rendah motivasi berinovasi yang dimiliki karyawan maka semakin rendah kepercayaan diri karyawan PT. XYZ. Kemudian berdasarkan hasil perbandingan antara motivasi intrinsik dan ekstrinsik, menunjukkan bahwa motivasi intrinsik cenderung lebih kuat hubungannya dengan kepercayaan diri dari pada motivasi ekstrinsik. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa rerata karyawan di PT. XYZ mempunyai tingkat motivasi berinovasi serta kepercayaan diri yang tinggi.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, adapun rincian saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Inovasi

Pengelola inovasi disarankan untuk merancang program pengembangan diri yang tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga membangun aspek psikologis yaitu seperti kepercayaan diri melalui *workshop*, *coaching* dan *mentoring*. Kemudian pengelola inovasi disarankan untuk mempertimbangkan untuk menyoroti para inovator melalui pajangan visual, dengan memajang foto serta deskripsi inovasinya sehingga menginspirasi dan menunjukkan bahwa setiap karyawan memiliki potensi untuk berkontribusi.

2. Bagi Karyawan

Peneliti mengharapkan agar karyawan dapat terus mengembangkan kepercayaan diri melalui peningkatan kompetensi, pengalaman serta refleksi diri. Motivasi untuk menciptakan hal-hal baru dan melakukan inovasi dalam pekerjaan juga dapat ditingkatkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penyebaran alat ukur secara langsung agar dapat mengontrol subjek dan mendapatkan jumlah responden yang sesuai.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D. N. R., & Ardana, K. (2016). Pengaruh iklim organisasi, kepemimpinan transformasional, self efficacy terhadap perilaku kerja inovatif. (*Doctoral dissertation, Udayana University*).
- Afiatin, T., & Martaniah, S. M. (1998). Peningkatan Kepercayaan Diri Remaja Melalui Konseling Kelompok. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 3(6). <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol3.iss6.art6>
- Alfiaz, H., Wati, S. P., & Nurita, S. D. (2024). *Membangun Kepribadian Unggul : Penguatan Rasa Percaya Diri Siswa Kelas IX melalui Teknik Shaping di SMP Negeri 2 Patianrowo*. 2007, 230–239.
- Amabile, T. M., Collins, M. A., Conti, R., Phillips, E., Picariello, M., Ruscio, J., & Whitney, D. (2018). Creatvty in context update to: The social psychology of creativity. In *Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity* (1st Editio). <https://doi.org/10.4324/9780429501234>
- Anagha, K., & Magesh, R. (2016). Employee motivation to innovate and resources management: the mediating role of organisational commitment. *International Journal of Management Concepts and Philosophy*, 9(3), 185. <https://doi.org/10.1504/ijmcp.2016.078307>
- Andriany, E., Yacob, S., & Junaidi, J. (2022). Improving innovation capabilities through knowledge management and Motivation. *Put It Right Journal*, 1(1), 10–19. <https://doi.org/10.22437/pirj.v1i1.17187>
- Apergis, N., & Pekka-Economou, V. (2010). Incentives and Female Entrepreneurial Activity: Evidence from Panel Firm Level Data. *International Advances in Economic Research*, 16(4), 371–387. <https://doi.org/10.1007/s11294-010-9277-9>
- Ayyagari, M., Beck, T., & Demircuc-Kunt, A. (2007). Small and medium enterprises across the globe. *Small Business Economics*, 29(4), 415–434. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9002-5>
- Azwar, S. (2018). *Reliabilitas dan Validitas* (IV). Pustaka Peajar.
- Beerens, B. (2018). *Influencing Factors in Innovation on Individual and Group Level*. 1–23.
- Bhaduri, S., & Kumar, H. (2011). Extrinsic and intrinsic motivations to innovate: Tracing the motivation of “grassroot” innovators in India. *Mind and Society*, 10(1), 27–55. <https://doi.org/10.1007/s11299-010-0081-2>
- Chi, M., Wang, W., Lu, X., & George, J. F. (2018). Antecedents and outcomes of collaborative innovation capabilities on the platform collaboration environment. *International Journal of Information Management*, 43(January),

273–283. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.08.007>

- Chis, A. E., Moldovan, A.-N., Murphy, L., Pathak, P., & Muntean, C. H. (2018). Investigating flipped classroom and problem-based learning article. *Educational Technology & Society*, 21(4), 232–247.
- Dasmo, D., Sunardi, O., Notosudjono, D., & Wulandari, D. (2022). The Strength of the Relationship of Self-Efficacy and Innovative Work Behavior. *Proceedings of the 4th Social and Humanities Research Symposium (SoRes 2021)*, 658(SoRes 2021), 569–572. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220407.117>
- Eden, D. (1984). Self-Fulfilling Prophecy as a Management Tool: Harnessing Pygmalion. *Academy of Management Review*, 9(1), 64–73. <https://doi.org/10.5465/amr.1984.4277938>
- Füller, J., Matzler, K., Hutter, K., & Hautz, J. (2012). Consumers' Creative Talent: Which Characteristics Qualify Consumers for Open Innovation Projects? An Exploration of Asymmetrical Effects. *Creativity and Innovation Management*, 21(3), 247–262. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2012.00650.x>
- Gerasimov, A. (2012). *Problems of increasing efficiency of innovative activity*.
- Gokhberg, L. (2014). *Innovation in Russian Federation regions*.
- Griffin, A., Price, R. L., Maloney, M. M., Vojak, B. A., & Sim, E. W. (2009). Voices from the field: How exceptional electronic industrial innovators innovate. *Journal of Product Innovation Management*, 26(2), 222–240. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2009.00347.x>
- Gufron, M. N., & Risnawita, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*, yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 1(3), 156–165.
- Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L., Schwall, A. R., & Zhao, X. (2011). Predictors of Individual-Level Innovation at Work: A Meta-Analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 90–105. <https://doi.org/10.1037/a0018556>
- Joy, S. (2004). Innovation motivation: The need to be different. *Creativity Research Journal*, 16(2–3), 313–330. https://doi.org/10.1207/s15326934crj1602&3_13
- Khildani, A. C., Suhermin, & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Efikasi Diri dan Locus Kendali terhadap Kinerja Karyawan Melalui Learning Agility. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(2), 208–228. <https://doi.org/10.33059/jmk.v10i2.4186>
- Kolonio, G., Mandey, S., Lengkong, V. P. K., Kualitas, P., Kerja, K., Kepercayaan, D. A. N., Terhadap, D., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja Dan Kepercayaan Diri Terhadap Manajemen Stres Dan Peningkatan Kinerja Karyawan Hotel Mercure Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3), 4212–4221.
- Korzinkov, A. (2013). *Corporate innovation management. Evaluation of Russian*

corporations experience and global environment: current state and recommendations.

- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2013). Organizational Behavior. *Organizational Behavior*, 4. <https://doi.org/10.4324/9780203763209>
- Larsen, P., & Lewis, A. (2007). How award-winning SMEs manage the barriers to innovation. *Creativity and Innovation Management*, 16(2), 142–151. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2007.00428.x>
- Liu, A. M. M., & Chan, I. Y. S. (2017). Critical Role of the Learning Transfer Climate in Fostering Innovation in Construction. *Journal of Management in Engineering*, 33(3), 1–10. [https://doi.org/10.1061/\(asce\)me.1943-5479.0000482](https://doi.org/10.1061/(asce)me.1943-5479.0000482)
- Ma'rifattullah, I. (2016). Hubungan Antara Kecerdasan Emosi dan Kepercayaan Diri Karyawan Terhadap Kecemasan Isu Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) Pada Karyawan. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(3), 408–413. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i3.4101>
- Martins, E. C., & Terblanche, F. (2003). Building organisational culture that stimulates creativity and innovation. *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64–74. <https://doi.org/10.1108/14601060310456337>
- Masriani, M., & Dina Liana. (2022). Optimalisasi Pengembangan Percaya Diri pada Anak Usia Dini. *Mitra Ash-Shibyan: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(01), 37–46. <https://doi.org/10.46963/mash.v5i01.475>
- McLean, L. D. (2005). Organizational Culture's Influence on Creativity and Innovation: A Review of the Literature and Implications for Human Resource Development. *Advances in Developing Human Resources*, 7(2), 226–246. <https://doi.org/10.1177/1523422305274528>
- Minarcine, S., & Shaw, C. (2019). Entrepreneurial Motivation Sara Blakes. *International Journal of the Academic Business World*, 10(2).
- Mitchell, T. R. (1982). Motivation: New Directions for Theory, Research, and Practice. *Academy of Management Review*, 7(1), 80–88. <https://doi.org/10.5465/amr.1982.4285467>
- Montani, F., Odoardi, C., & Battistelli, A. (2014). Individual and contextual determinants of innovative work behaviour: Proactive goal generation matters. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 87(4), 645–670. <https://doi.org/10.1111/joop.12066>
- Mukhid, A. (2009). Self-Efficacy (Perspektif Kognitif Sosial dan Implikasinya terhadap Pendidikan). *Tadris :Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1). <https://doi.org/10.1109/HiPINEB.2018.00011>
- Novitasari, T. N., & Setyawati, S. P. (2023). Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Mengembangkan Rasa Percaya Diri. *Prosiding SEMDIKJAR ...*, 314–321.

- Park, M., Nepal, Madhav, Dulaimi, & Fadhil, M. (2004). Dynamic modeling for construction innovation. *Journal of Management in Engineering*, 20, 170–177.
- Prof. Dr. Sondang P. Siagian, M. (2004). *Teori Motivasi dan Aplikasinya dalam Manajemen*. (ketiga). PT RINEKA CIPTA.
- Putri, A. (2020). *Dalam Menghadapi Dunia Kerja Pada Fresh Graduate Di Uin Ar-Raniry*. 10(2), 111–112.
- Raina. (2023). Revolusi Industri 5.0: Perkembangan, Dampak & Peluang Bisnis. In *Sasana Digital*.
- Riansyah, H., & Luterlean, B. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Diri dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Astra Honda Motor Effect of Confidence and Motivation on Employee Performance of PT. Astra Honda Motor. *e-Proceeding of Management*, Vol. 9 No.(2), 761–767.
- Robbins, S. (2013). Organizational Behavior. *Organizational Behavior*, 6. <https://doi.org/10.4324/9780203763209>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). A path model of individual innovation in the workplace. *The Academy of Management Journal*, 37(3), 580–607.
- Shadiqi, M. A. (2023). *Statistik Untuk Penelitian Psikologi Dengan SPSS* (1 ed.). Rajawali Printing.
- Siregar, Z. M. E., Supriadi, Y. N., Pranowo, A. S., Ende, & Harahap, N. J. (2022). A multidimensional approach in examining the role of self-efficacy on innovative work behavior: Evidence from the creative industry. *Problems and Perspectives in Management*, 20(2), 588–597. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(2\).2022.48](https://doi.org/10.21511/ppm.20(2).2022.48)
- Škerlavaj, M., Štemberger, M. I., Škrinjar, R., & Dimovski, V. (2007). Organizational learning culture-the missing link between business process change and organizational performance. *International Journal of Production Economics*, 106(2), 346–367. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2006.07.009>
- Soleas, E. (2021). Environmental factors impacting the motivation to innovate: a systematic review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00153-9>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif : Konsep Dasar Metode Penelitian Kuantitatif. In Setiyawami (Ed.), *Brain academy* (I, Nomor April 2016). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sumindi, R. (2019). Analisis Pengetahuan dan Kepercayaan Diri terhadap Kinerja

Pegawai Dengan Produktivitas Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Mitra Andal Sejati Medan. *Kumpulan Skripsi Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.*, 01(01).

Svirina, A., & Polosukhina, E. (2020). Motivation to Innovate as a Key Factor in Innovation Development Process. *Economics and Culture*, 17(1), 87–93. <https://doi.org/10.2478/jec-2020-0008>

Ussahawanitchakit, P. (2007). Innovation capability and export performance: an empirical study of textile businesses in Thailand. *Interenational Journal of Business Strategy*, 7(1), 1–8.

Vasyukin, O., & E., P. (2010). Industrial enterprise potential development. *Moscow: Academia Estestvoznania*.

Voynarenko, M., Dzhedzhula, V., & Yepifanova, I. (2020). Modeling of the process of personnel motivation for innovation activity. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 17, 467–477. <https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.45>

West, M. A. (2002). Sparkling fountains or stagnant ponds: An integrative model of creativity and innovation implementation in work groups. *Applied Psychology*, 51(3), 355–387. <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00951>

West, M. A., & Sacramento, C. A. (2023). Creativity and innovation: The role of team and organizational climate. In *Handbook of Organizational Creativity: Individual and Group Level Influences, Second Edition*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-91840-4.00024-4>

