

Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Motivasi Berinovasi Pada Karyawan di PT. XYZ

Maeri Adinda Annur Fathimah¹, Laily Rahmah²

¹ Mahasiswa, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

² Dosen, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

Corresponding Author
Email: laily@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 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 ($r_{xy} = 0,555$; $p = 0,000 < 0,01$). Hasil ini menunjukkan bahwa makin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki karyawan, maka makin tinggi pula motivasi karyawan untuk berinovasi. Motivasi Intrinsik memiliki hubungan lebih kuat dengan kepercayaan diri dari pada motivasi ekstrinsik berinovasi karyawan. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil korelasi motivasi intrinsik dengan kepercayaan diri yang memperoleh nilai $r_{xy} = 0,674$; $p = 0,000 < 0,01$. Kemudian hasil korelasi motivasi ekstrinsik dengan kepercayaan diri memperoleh nilai $r_{xy} = 0,274$; $p = 0,015 < 0,05$.

Kata Kunci: kepercayaan diri, motivasi berinovasi, karyawan, industri 5.0.

Abstract

This study aims to determine the relationship between self-confidence and innovation among employees at PT.XYZ. Innovation motivation is important in facing challenges in the era of industry 5.0, where companies are required to continuously adapt thought to be one of the intrinsic factors that can influence motivation to innovate. This study employs a quantitative correlational 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 instruments consisted of two scales: the self-confidence scale and the innovation motivation scale. Data analysis was conducted using Pearson's product-moment correlation. The analysis results indicate a significant positive correlation between self-confidence and motivation to innovate ($r_{xy} = 0.555$; $p = 0.000 < 0.01$). These results suggest that the higher the self-confidence of employees, the higher their motivation.

to innovate. Intrinsic motivation has a stronger relationship with self-confidence than extrinsic motivation to innovate among employees. This is shown by the correlation results between intrinsic motivation and self-confidence, which obtained a value of $r_{xy} = 0.674$; $p = 0.000 < 0.01$. Then, the correlation results between extrinsic motivation and self-confidence obtained a value of $r_{xy} = 0.274$; $p = 0.015 < 0.05$.

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

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah mendorong munculnya era baru yaitu *society 5.0*, yang mengedepankan integrasi antara manusia dan teknologi untuk menciptakan nilai tambah. Revolusi industri 5.0 memiliki tiga pilar utama yang memberikan dampak signifikan terhadap strategi bisnis yaitu ketahanan, keberlanjutan dan berpusat pada manusia (Raina, 2023).

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 merupakan kata kunci untuk bersaing di semua jenis industri di era informasi dan teknologi saat ini (Andriany dkk., 2022). Era industri 5.0 ini menuntut organisasi untuk memastikan bahwa strategi bisnis pada perusahaannya harus inovatif untuk membangun serta mempertahankan keunggulan kompetitif. Berbeda dengan fakta pada perusahaan-perusahaan di beberapa negara dalam era modern ini tingkat inovasinya masih terkategori rendah. Hal tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan pada 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 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 yang kurang memiliki inisiatif untuk melakukan inovasi (Khildani dkk., 2022) atau dapat dimaknai bahwa karyawan kurang memiliki motivasi berinovasi.

Rendahnya tingkat inovasi yang salah satunya disebabkan oleh rendahnya tingkat motivasi berinovasi karyawan yang 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.

Tentu banyak faktor yang dapat memengaruhi dalam peningkatan motivasi berinovasi pada karyawan salah satunya dari faktor intrinsik. Faktor intrinsik yang dapat memengaruhi motivasi berinovasi salah satunya yaitu kepercayaan diri. Terdapat 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 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 dimiliki oleh karyawan tersebut

sehingga sulit untuk mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Sumindi, 2019).

Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi untuk berinovasi pada karyawan. Perihal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu metode penelitian yang digunakan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional antara kepercayaan diri dengan motivasi berinovasi. Selain itu, lokasi yang peneliti tentukan belum pernah dilakukan penelitian terkait inovasi dan memiliki permasalahan yang sesuai dengan penelitian ini. Permasalahan yang ada pada lokasi penelitian yaitu terjadinya penurunan jumlah ide inovasi yang ditawarkan oleh karyawan, hal ini menunjukkan bahwa adanya penurunan motivasi berinovasi pada karyawan di PT. XYZ. Berdasarkan teori kognitif sosial yang dapat mendasari penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu “terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi untuk berinovasi pada karyawan di PT. XYZ”.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan aktif PT.XYZ yang pernah mengikuti program “juara inovasi”. Total sampel yang ingin diambil dalam penelitian ini yaitu 292 subjek dengan penentuan jumlahnya berdasarkan tabel sampel isaac dan michael. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria subjek sebagai berikut: (1) merupakan karyawan aktif, (2) pernah mengikuti program inovasi, dan (3) bersedia menjadi responden.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala kepercayaan diri dan skala motivasi berinovasi yang dibuat secara mandiri oleh peneliti yang telah direview oleh *expert judgment*. Skala kepercayaan diri disusun berdasarkan aspek-aspek menurut Gufron & Risnawita (2010), yaitu keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistik. Sementara itu, skala motivasi berinovasi disusun berdasarkan aspek dari Bhaduri & Kumar, (2011), yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum pengumpulan data utama. Skala kepercayaan diri memiliki reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0,937 dan skala motivasi berinovasi sebesar 0,837. Analisis data menggunakan korelasi Pearson Product Moment.

3. HASIL

Data diperoleh dari 79 responden yang tersebar di lima wilayah kerja PT. XYZ. Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, yaitu variabel motivasi berinovasi memperoleh $p = 0,200$ dan variabel kepercayaan diri memperoleh $p = 0,199$ ($p > 0,05$). Uji linieritas menunjukkan hubungan linier antara kepercayaan diri dan motivasi berinovasi dengan nilai signifikansi atau $p = 0,000$ ($p < 0,05$).

Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepercayaan diri dan motivasi berinovasi dengan nilai koefisien korelasi $r = 0,555$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Ini berarti hipotesis dalam penelitian diterima. Hasil pengujian korelasi *pearson* antara kepercayaan diri dengan motivasi intrinsik menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi $r_{xy} 0,674$ dengan taraf signifikan 0,000 ($p < 0,01$). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dan terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan motivasi intrinsik berinovasi.

Kemudian hasil uji korelasi 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.

4. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan 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 taraf signifikan 0,000 ($p < 0,01$). Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis yang diajukan diterima serta memiliki hubungan yang positif antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi berinovasi pada karyawan PT. XYZ, artinya makin tinggi tingkat motivasi berinovasi yang dimiliki karyawan, begitupun sebaliknya jika kepercayaan diri karyawan rendah maka tingkat motivasi berinovasinya juga rendah.

Penelitian ini juga menemukan bahwa motivasi intrinsik berinovasi memiliki hubungan yang lebih kuat dengan kepercayaan diri dibandingkan dengan motivasi ekstrinsik berinovasi. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil pengujian antara motivasi intrinsik dengan kepercayaan diri mendapatkan nilai koefisien korelasi $r_{xy} 0,674$ dengan taraf signifikan 0,000 ($p < 0,01$). Artinya hipotesis dapat diterima dan terdapat hubungan yang positif. Kemudian hasil pengujian korelasi antara motivasi ekstrinsik dengan kepercayaan diri memperoleh nilai koefisien korelasi $r_{xy} 0,274$ dengan taraf signifikan 0,015 ($p < 0,05$). Maknanya hipotesis dapat diterima dan terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan motivasi ekstrinsik berinovasi.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan beberapa studi terdahulu seperti penelitian Dasmo dkk., (2022) dengan hasil terdapat korelasi positif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku kerja inovatif. Makin tinggi kepercayaan diri seseorang, maka akan makin tinggi perilaku inovatifnya. Keyakinan yang tinggi terhadap kemampuan seseorang untuk menyelesaikan tugas secara efektif itu sangat penting.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Siregar dkk., (2022) yang dilakukan pada industri kreatif Indonesia dengan jumlah sampel 216 subjek. Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan diri berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif karyawan di industri kreatif Indonesia. Karyawan yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi cenderung lebih inovatif dalam bekerja dan begitupun sebaliknya. Meskipun pendekatan yang digunakan dengan penelitian ini berbeda, sebab penelitian oleh Siregar dkk., (2022) bersifat kausal sedangkan penelitian ini bersifat

korelasional, tetapi keduanya menunjukkan terdapat keterkaitan yang positif antara kepercayaan diri dan inovasi.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepercayaan diri dengan tingkat motivasi berinovasi pada karyawan di PT. XYZ. Karyawan yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi cenderung memiliki motivasi yang lebih besar untuk menciptakan ide-ide baru. Hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa motivasi intrinsik cenderung lebih kuat hubungannya dengan kepercayaan diri dari pada motivasi ekstrinsik.

6. SARAN

Saran untuk PT.XYZ yaitu dapat mengembangkan program pelatihan yang dapat meningkatkan kepercayaan diri karyawan, seperti pelatihan *public speaking*, manajemen ide dan penyusunan proposal inovatif. Selain itu, perusahaan juga dapat mempertimbangkan untuk menyoroti para inovator melalui pajangan visual, dengan memajang foto serta deskripsi inovasinya, hal ini bertujuan untuk menginspirasi dan menunjukkan bahwa setiap karyawan memiliki potensi untuk berkontribusi.

Karyawan diharapkan agar dapat terus mengembangkan kepercayaan diri melalui peningkatan kompetensi, pengalaman serta refleksi diri, selain itu juga motivasi untuk menciptakan hal-hal baru dan terus melakukan inovasi dalam pekerjaan.

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

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M., Collins, M. A., Conti, R., Phillips, E., Picariello, M., Ruscio, J., & Whitney, D. (2018). Creativity 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>
- Ayyagari, M., Beck, T., & Demirguc-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>
- Beerkens, 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>
- 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>
- 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.
- Khildani, A. C., Suhermin, & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Efikasi Diri dan Lokus Kendali terhadap Kinerja Karyawan Melalui Learning Agility. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(2), 208–228. <https://doi.org/10.33059/jmk.v10i2.4186>
- 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>
- Minarcine, S., & Shaw, C. (2019). Entrereneurial Motivation Sara Blakes. *International Journal of the Academic Business World*, 10(2).
- 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>
- Park, M., Nepal, Madhav, Dulaimi, & Fadhil, M. (2004). Dynamic modeling for construction innovation. *Journal of Management in Engineering*, 20, 170–177.
- Raina. (2023). Revolusi Industri 5.0: Perkembangan, Dampak & Peluang Bisnis. In *Sasana Digital*.
- 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>
- 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>