HUBUNGAN ANTARA *SELF EFFICACY* DENGAN PERILAKU INOVATIF PADA KARYAWAN CV. AMIGO MANGESTI UTOMO, KLATEN, JAWA TENGAH

**Ellyce Permatasari**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ellyce.amigo@gmail.com

085647201721

**Abstrak**

Kondisi industri kreatif di Indonesia terus berkembang, kemampuan pihak didalamnya untuk berinovasi tentunya memiliki peran penting dalam mempertahankan dan mengembangkan organisasinya guna menyesuaikan diri dengan perubahan atau perkembangan kompetitornya. Perusahaan untuk dapat bertahan dalam ruang lingkup bisnis global harus berupaya terus-menerus mengembangkan produk dan pelayanan yang berinovasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif pada karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo, Klaten, Jawa Tengah. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif pada karyawan CV. Amigo mangesti Utomo, Klaten, Jawa Tengah.

Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan penjualan CV. Amigo Mangesti Utomo yang termasuk dalam usia produktif yang telah bekerja sekurang-kurangnya 1 tahun. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi *product moment* dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil analisis diketahui terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif pada karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo, Klaten, Jawa Tengah dengan r = 0,770; p = 0,000. *Self efficacy* secara efektif berkontribusi sebesar 59,3% pada perilaku inovatif.

Kata kunci: perilaku inovatif, *self efficacy*, karyawan penjualan

***RELATIONSHIP BETWEEN SELF EFFICACY WITH INNOVATIVE BEHAVIOR IN EMPLOYEES CV. AMIGO MANGESTI UTOMO, KLATEN, CENTRAL JAVA***

**Ellyce Permatasari**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ellyce.amigo@gmail.com

085647201721

***Abstract***

*The condition of the creative industry in Indonesia continues to grow, the ability of the parties in it to innovate certainly has an important role in maintaining and developing their organizations to adapt to changes or developments in their competitors. Companies to be able to survive in the scope of global business must strive to continuously develop innovative products and services. This study aims to determine the relationship between self efficacy and innovative behavior in employees of CV. Amigo Mangesti Utomo, Klaten, Central Java. The hypothesis in this study is that there is a positive relationship between self efficacy and innovative behavior in the employees of CV. Amigo mangesti Utomo, Klaten, Central Java.*

*The subjects in this study were sales employees of CV. Amigo Mangesti Utomo who is of a productive age who has worked for at least 1 year. The data analysis method used in this study is the product moment correlation analysis with the help of the SPSS program. Based on the results of the analysis note that there is a positive and significant relationship between self efficacy and innovative behavior in the employees of CV. Amigo Mangesti Utomo, Klaten, Central Java with r = 0.770; p = 0,000. Self efficacy effectively contributes 59.3% to innovative behavior.*

***Keywords****: innovative behavior, self efficacy, sales employees*

**PENDAHULUAN**

Bergesernya era perekonomian kearah industri kreatif menuntut terjadinya perubahan terus-menerus agar kompetensi antar organisasi dalam pasar nasional maupun global tetap mengalami pertumbuhan. Industri kreatif memusatkan sumberdaya pada daya cipta dan karsa sumber daya manusianya, segala produk-produk inovatif yang berkembang merupakan hasil atas pemikiran bergantung pada kualitas kreativitas dan inovasi sumber daya manusianya. Tantangan terbesar yang dialami perusahaan sekarang ini adalah persaingan di era MEA (Masyarakat Ekonomi Asia) yang mau tidak mau menuntut setiap pelaku pasar semakin meningkatkan kualitas dan kreatifitas agar mampu bersaing dan mempertahankan kelangsungan usaha. Dengan kondisi demikian, karyawan tidak saja dituntut kompeten dan produktif namun juga harus memiliki inovasi agar dapat memberikan sumbangan kepada organisasi untuk dapat bertahan dan memenangkan pasar.

 Melihat kondisi industri kreatif di Indonesia yang terus berkembang, kemampuan pihak didalamnya untuk berinovasi tentunya memiliki peran penting dalam mempertahankan dan mengembangkan organisasinya guna menyesuaikan diri dengan perubahan atau perkembangan kompetitornya. Hal ini didukung oleh pendapat Miron, Erez dan Naveh (dalam Shermuly, 2013) yaitu untuk dapat bertahan dalam ruang lingkup bisnis global, organisasi harus secara terus-menerus mengembangkan produk dan pelayanan yang berinovasi.

Menurut Getz dan Robinson (dalam Widiyanti, 2018) berdasarkan penelitiannya menemukan bahwa 80% ide-ide baru diprakarsai oleh karyawan perusahaan dan hanya 20% sisanya adalah hasil dari kegiatan inovasi yang direncanakan oleh perusahaan baik melalui strategi atau struktur. Karyawan merupakan aset penting dalam menghasilkan sebuah inovasi, salah satu caranya adalah dengan memunculkan perilaku inovatif karyawan. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku inovasi pada karyawan masih cukup rendah.

CV. Amigo Mangesti Utomo merupakan perusahaan retail penjualan yang cukup besar dan dikenal masyarakat serta tersebar dibeberapa wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta tepatnya Kabupaten Wonosari, Gunung Kidul sebagai *market leader* dalam penjualan produk *fashion* busana, tas dan sepatu. Kedudukan Amigo sebagai perusahaan retail yang menjual produk *fashion* menuntutnya untuk siap menghadapi perubahan-perubahan meliputi perubahan tren mode dan tren pasar. Dunia *fashion* semakin berkembang dari tahun ke tahun dengan persaingan yang semakin ketat hal tersebut ditandai dengan adanya bisnis *fashion* berbasis aplikasi atau lebih dikenal dengan belanja *online*. Dengan adanya perubahan tren belanja dan pesaing yang semakin banyak maka diperlukan suatu tindakan kreatif agar Amigo mampu menghadapi persaingan dan perubahan.

Peneliti menambahkan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 22 dan 26 September 2019 yang melibatkan 10 karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo Divisi Marketing yang terdiri dari 5 laki-laki dan 5 perempuan, dapat disimpulkan bahwa 7 dari 10 karyawan menunjukkan gejala kurangnya perilaku inovatif dalam bekerja. Hal tersebut dapat diketahui pada dimensi perilaku inovatif tentang *Opportunity Exploration*, karyawan Divisi Marketing masih mengalami kesulitan dalam membaca peluang pada perusahaan sehingga mereka mengerjakan pekerjaan sebatas rutinitas saja. Pada dimensi *Generativity*, karyawan Divisi Marketing belum mampu memunculkan ide-ide baru dengan alasan enggan untuk mencoba dan merasa takut jika ide tersebut tidak diterima oleh atasan. Pada dimensi *Formative Investigation*, karyawan Divisi Marketing cenderung pasif dan belum mampu mengembangkan ide-ide baru mereka cenderung mempertahankan ide atau konsep yang sudah ada secara turun temurun. Pada dimensi *Championing,* karyawan Divisi Marketing belum memiliki keberanian untuk mencoba dan mempraktekkan ide-ide baru. Sedangkan pada dimensi *Application*, karyawan Divisi Marketing belum mampu untuk memodifikasi ide yang sudah ada.

Istilah inovasi telah dikenal luas sebagai penggerak ekonomi. Ghazali (dalam Rulevy, 2016) mengungkapkan seiring dengan berkembanganya ide-ide dan inovasi menimbulkan persaingan ekonomi di negara berkembang yang membuat bisnis menjadi lebih kompetitif. Salah satunya adalah Indonesia yang semakin meningkatkan peranan industri kreatif yang telah berkembang sejak 10 tahun terakhir. Menurut Kasali (dalam Dewi, Yuniasanti, Prahara, 2017) pada era sekarang ini membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas agar mampu bersaing dalam dunia bisnis. Agar setiap perusahaan mampu bertahan, maka perusahaan harus berupaya mencari gagasan, membangun daya cipta, membuat rekayasa, hingga melahirkan temuan baru, sehingga dapat dikatakan bahwa inovasi adalah sumber kehidupan. Menurut Waenink (dalam Rulevy, 2016) inovasi memiliki hubungan erat dengan karyawan, dimana masing-masing fase dalam inovasi beserta kegiatan yang terkait memerlukan berbagai perilaku dari karyawan secara individu. Perilaku kerja inovatif adalah bentuk inovasi pada tingkat individu.

Menurut Avey & Peterson (dalam Aditya, 2016) mengemukakan bahwa *self efficacy* dan optimisme mempengaruhi kinerja karyawan, kesejahteraan, sikap kerja dan perilaku yang berkaitan dengan perilaku inovatif. Sedangkan menurut Rulevy & Parahyanti (2016) berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh keduanya menyatakan bahwa *self efficacy* memiliki hubungan yang paling kuat terhadap perilaku kerja inovatif. *Self efficacy* yang memiliki hubungan paling kuat karena *self efficacy* merupakan keyakinan dasar individu akan kemampuannya, sehingga menjadi hal utama yang harus dimiliki oleh individu.

*Self efficacy* sangat penting karena *self efficacy* akan mempengaruhi individu dalam melakukan suatu pekerjaan untuk mencapai tujuan, termasuk memperkirakan hal yang mungkin akan terjadi. Dengan adanya *self efficacy* yang tinggi karyawan akan memiliki motivasi yang tinggi pula demi tercapainya tujuan perusahaan. Bandura (1997) juga menjelaskan bahwa perilaku kerja inovatif juga dijelaskan oleh *self efficacy*. Individu dengan *self efficacy* yang tinggi dapat lebih siap bereksperimen melalui perilaku kerja inovatifnya untuk kemudian menerapkan dalam lingkungan kerjanya. Kumar dan Uzkurt (2010) menyatakan bahwa individu dengan tingkat *self efficacy* yang tinggi cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi dalam kemampuan mereka untuk membuat perubahan-perubahan. Beberapa hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa seseorang dengan *self efficacy* yang kuat akan menghasilkan perilaku kerja inovatif yang lebih tinggi (Hsiao dkk., 2011; Wahyuningrum dkk., 2012; dan Momeni dkk., 2014).

Apapun faktor yang memengaruhi sebuah perilaku, pada dasarnya berakar pada keyakinan bahwa mereka dapat mencapai target yang diharapkan. Orang yang memiliki *self-efficacy* cenderung memilih tugas-tugas atau kegiatan-kegiatan yang membuat mereka merasa kompeten dan percaya diri, dan sebaliknya akan menghindari kegiatan yang mereka anggap tidak dapat diselesaikan. Apabila seorang individu memiliki keyakinan diri yang besar untuk dapat menyelesaikan suatu masalah, ia cenderung memiliki usaha yang lebih hingga mencapai tujuan yang diinginkan. Bandura menjelaskan bahwa *self-efficacy* seseorang akan mempengaruhi tindakan, upaya, ketekunan, fleksibilitas, dan realisasi tujuan dari individu sehingga *self-efficacy* yang terkait dengan kemampuan seseorang seringkali menentukan *outcome* sebelum tindakan terjadi. Seseorang dengan *self-efficacy* yang tinggi mampu meningkatkan upaya dan selalu optimis dalam melakukan suatu kegiatan. Mereka akan terus berusaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

**METODE**

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel terikat perilaku inovatif dan variabel bebas *self efficacy*. Perilaku inovatif merupakan keseluruhan tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan pada seluruh tingkat organisasi yang diungkapkan oleh Kleysen dan Street (2001). Lebih lanjut De Jong & Hartog (2007) mendefinisikan perilaku inovatif sebagai konstruksi multi-dimensi dan menyeluruh yang menangkap semua perilaku dimana karyawan dapat berkontribusi pada proses inovasi. Demikian halnya menurut Gaynor (2002) mendefinisikan perilaku inovatif sebagai sebuah tindakan yang dilakukan untuk menciptakan dan mengambil ide-ide, pemikiran, atau cara-cara baru untuk di terapkan dalam pelaksanaan dan penyelesaian pekerjaan. Skala perilaku inovatif mengungkap lima aspek yaitu: aspek *opportunity exploration* memiliki pengertian untuk mempelajari atau mengetahui lebih banyak peluan untuk berinovasi, aspek *generativity* mengarah pada pemunculan konsep-konsep untuk tujuan pengembangan, aspek *formative investigation* memberikan perhatian untuk menyempurnakan ide, solusi, opini dan mencobanya melalui penyelidikan, aspek *championing* yang merupakan praktek-praktek usaha untuk merealisasikan ide-ide dan aspek *application* yang berupa mencoba dan mengkomersialisasikan ide-ide inovatif. Semakin tinggi skor skala perilaku inovatif maka semakin tinggi pula perilaku inovatif yang dimiliki subjek sebaliknya semakin rendah skor skala perilaku inovatif maka semakin rendah pula perilaku inovatif yang dimiliki subjek.

 *Self efficacy* merupakan keyakinan seseorang mengenai kemampuan-kemampuan yang dimiliki dalam mengatasi berbagai macam situasi yang muncul dalam hidupnya yang diungkapkan oleh Bandura (1997). Lebih lanjut Cervone (2012) menyatakan bahwa *self efficacy* merupakan sebagian didasarkan pada pengalaman, beberapa harapan kita terkait dengan orang lain, harapan yang terutama berfungsi bagi kepribadian, persepsi terhadap keyakinan diri mempengaruhi perilaku seseorang. Skala *self efficacy* mengungkap tiga dimensi yaitu: dimensi *level* atau *magnitude* mengacu pada kesulitan tugas yang diyakini individu akan mampu mengatasinya, dimensi *generality* mengacu pada variasi situasi dimana penilaian tentang *self efficacy* dapat diterapkan dan dimensi *strenght* terkait dengan kekuatan dari *self efficacy* seseorang ketika berhadapan dengan tuntutan tugas atau suatu permasalahan. Semakin tinggi skor *self efficacy* maka semakin tinggi *self efficacy* yang dimiliki subjek sebaliknya semakin rendah skor *self efficacy* maka semakin rendah *self efficacy* yang dimiliki subjek.

 Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi *product moment* *(Pearson correlation)* yang di kembangkan oleh Karl Pearson (Azwar, 2012). Menurut Santoso (2002) mengatakan bahwa tujuan analisis korelasi ini adalah ingin mengetahui apakah diantara dua variabel terdapat hubungan, dan jika ada hubungan, bagaimana arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Teknik korelasi *product moment* digunakan untuk menetapkan kuatnya hubungan antara dua variabel saja, yaitu variabel bebas *self efficacy* dengan variabel terikat perilaku inovatif. Dalam penelitian ini subjek yang diteliti adalah karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo dengan jumlah 118 orang yang masih aktif berstatus karyawan bagian penjualan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

 Data yang diperoleh berasal dari Skala Penelitian perilaku inovatif dan skala *self efficacy* digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis. Hasil perhitungan skor skala perilaku inovatif, diperoleh skor minimal hipotetik sebesar 1 x 30 = 30 dan skor maksimal hipotetik sebesar 4 x 30 = 120. Rerata hipotetik yang diperoleh (120 + 30) : 2 = 75 dengan standar deviasi sebesar (120 – 30) : 6 = 15. Berdasarkan data empirik variabel penelitian perilaku inovatif diperoleh skor minimal empirik sebesar 72 dan skor maksimal empirik sebesar 109 Rerata empirik yang diperoleh subjek sebesar 89,53 dan standar deviasi 7,83..

Hasil perhitungan skor skala *self efficacy* diperoleh skor minimal hipotetik sebesar 1 x 32 = 32 dan skor maksimal hipotetik sebesar 4 x 32 = 128. Rerata hipotetik yang diperoleh (128 + 32) : 2 = 80 dengan standar deviasi sebesar (128 - 32) : 6 = 16. Berdasarkan data empirik variabel penelitian *self efficacy* diperoleh skor minimal empirik sebesar 70 dan skor maksimal empirik sebesar 125 Rerata empirik yang diperoleh subjek sebesar 102,58 dengan standar deviasi empirik sebesar 11,32.

Menurut Azwar (2010), untuk mengetahui variabel-variabel penelitian pada subjek yang termasuk tinggi atau rendah dapat dilakukan dengan membuat kriteria kategorisasi. Kategorisasi skor jawaban subjek dalam penelitian ini menggunakan tiga kriteria yaitu tinggi, sedang, rendah.

**Tabel 1.**

**Kategorisasi Skor perilaku inovatif**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ketegorisasi** | **Skor** | **Jumlah Subjek** | **Presentase** |
| Tinggi | X ≥ 90 | 45 | 38% |
| Sedang  | 60 ≤ X < 90 | 73 | 62% |
| Rendah | X< 60 | 0 | 0% |
| **Jumlah** | **118** | **100%** |

Hasil kategorisasi perilaku inovatif menunjukkan bahwa subjek yang masuk dalam kategori sedang berjumlah 73 orang (62%). Pada kategorisasi tinggi berjumlah 45 orang (38%). Sedangkan pada kategori rendah tidak ada.

**Tabel 2.**

**Kategorisasi Skor *self efficacy***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ketegorisasi** | **Skor** | **Jumlah Subjek** | **Presentase** |
| Tinggi | X ≥ 96 | 83 | 70% |
| Sedang  | 60 ≤ X < 96 | 35 | 30% |
| Rendah | X< 64 | 0 | 0% |
| **Jumlah** | **118** | **100%** |

Hasil kategorisasi *self efficacy* menunjukkan bahwa subjek yang masuk dalam kategori tinggi berjumlah 83 orang (83 %). Pada kategori sedang berjumlah 35 orang (30 %). Sedangkan pada kategori rendah tidak ada.

Berdasarkan hasil uji normalitas untuk nilai residual dari kedua variabel diperoleh nilai KS-Z = 0,200 (p > 0,050). Berdasarkan skor yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan *test of linearity*. Pedoman yang digunakan adalah apabila nilai signifikansi p = > 0,050 maka kedua variabel penelitian dinyatakan mempunyai hubungan yang linier. Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara variable *self efficacy dengan perilaku inovatif* mempunyai hubungan yang linier. Hal ini ditunjukkan dengan diperoleh nilai F sebesar 1,234 dan p = 0,214 (p > 0,050). Artinya hubungan antara hubungan antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif merupakan hasil yang linear.

Setelah dilakukan uji normalitas dan uji linearitas maka analisis data dilanjutkan dengan menguji koefisien korelasi antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif. Hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa ada hubungan yang positif antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif pada karyawan. Semakin tinggi tingkat *self efficacy* maka semakin tinggi perilaku inovatif pada karyawan. Sebaliknya semakin rendah *self efficacy* maka semakin rendah perilaku inovatif karyawan. Untuk menguji hipotesis tersebut, peneliti menggunakan teknik analisis korelasi *Product Moment* dari Pearson.

Berdasarkan hasil analisis korelasi *Product Moment*, diperoleh koefisien korelasi antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif pada karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo dengan rxy = 0,770 dan p = 0,000 dan diperoleh koefisien determinasi (R²) antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif R² sebesar 0,593 yang berarti bahwa variabel *self efficacy* memberikan sumbangan sebesar 59,3% terhadap peningkatan perilaku inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa 40,7% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif *antara self efficacy* dengan perilaku inovatif pada karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo dengan koefisien korelasi rxy = 0,770. Hal ini berarti hipotesis menyatakan ada hubungan positif antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif pada karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo menggambarkan bahwa semakin tinggi *self efficacy* maka semakin tinggi perilaku inovatif pada karyawan. Sebaliknya semakin rendah *self efficacy* maka semakin rendah perilaku inovatif pada karyawan.

 Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *self efficacy* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif pada karyawan. Hal ini selaras dengan hasil penelitian (Hsiao et al., 2015; Kumar & Uzkurt, 2010; Momeni, 2014; Parthasarathy & Premalatha, 2017) menyatakan adanya pengaruh hubungan yang positif antara *self efficacy* dan perilaku inovatif. Menurut pendapat mereka, seorang pekerja yang memiliki perilaku inovatif yang tinggi berarti memiliki *self efficacy* yang tinggi pula. Apabila *self efficacy* seorang pekerja meningkat, dimana ketekunan, kemauan dan ketahanan terhadap pekerjaan meningkat, maka akan berdampak pada perilaku inovasi mereka (Li, 2013). Hasil dari penelitian terhadap karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo menunjukkan bahwa *self efficacy* berkorelasi positif dengan perilaku inovatif karyawan. Karyawan yang memiliki *self efficacy* yang tinggi akan cenderung lebih percaya diri pada kemampuannya untuk menyelesaikan tugas dengan baik, sedangkan karyawan yang memiliki *self efficacy* yang rendah akan merasa kurang yakin pada kemampuannya sendiri dan mengalami kesulitan dalam memunculkan perilaku inovatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo dapat diketahui bahwa *self efficacy* masuk dalam kategori tinggi, dilihat dari hasil kategorisasi skor *self efficacy* dengan tingkat prosentase sedang terdapat 35 orang (30%) dan kategori rendah terdapat 0 orang (0%). Sedangkan prosentase paling tinggi adalah tingkat *self efficacy* yang berada pada kategori tinggi terdapat 83 orang (70%), hal ini mengindikasikan bahwa *self efficacy* pada karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo sebagian besar pada tingkat yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa subjek dalam penelitian sebagian memiliki *self efficacy* yang tinggi.

Secara garis besar pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif pada karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo, dengan diperoleh koefisien korelasi rxy sebesar 0,770 jadi semakin tinggi *self efficacy* karyawan maka cenderung tinggi perilaku inovatif karyawan, sebaliknya semakin rendah *self efficacy* maka cenderung rendah perilaku inovatif karyawan. Sementara koefisien determinasi *(R-squared)* antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif diperoleh sebesar 0.593 yang berarti bahwa *self efficacy* memberikan sumbangan efektif sebesar 59.3% terhadap perilaku inovatif sedangkan 40.7% lainnya adalah faktor lain-lain.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif antara *self efficacy* dengan perilaku inovatif pada karyawan CV. Amigo Mangesti Utomo. Hal ini disebabkan karena karyawan yang mempunyai *self efficacy* yang tinggi akan meningkatkan perilaku inovatif dan menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki *self efficacy* yang tinggi memiliki kepercayaan dan keyakinan diri yang tinggi pada kemampuannya untuk dapat menyelesaikan tugas dan pekerjaannya. Tingkat tingginya *self efficacy* karyawan berperan terhadap perilaku inovatif. Hal ini sesuai dengan aspek dari *self efficacy* yaitu *strenght*, aspek ini berkaitan dengan kekuatan pada keyakinan individu akan dorongan yang gigih dalam upaya mencapai tujuannya. Keyakinan bahwa tindakan yang dilakukan akan memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan. Jika karyawan yang mempunyai *self efficacy* yang tinggi maka karyawan akan melakukan perilaku inovatif, sebaliknya jika *self efficacy* karyawan rendah akan berpengaruh pada rendahnya motivasi untuk menyelesaikan tugas sehingga membuat seseorang tidak melakukan perilaku inovatif.

**DAFTAR PUSTAKA**

Aditya, D. N. R & Ardana, K. (2016). Pengaruh iklim organisasi, kepemimpinan transformasional*,* self efficacyterhadap perilaku kerja inovatif. *E-Jurnal Manajemen,* 5(3), 1801-1830

Azwar, S. (200). *Reliabilitas & Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi (Edisi 2)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Bandura, A. (1977). Self-efficacy. Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 84(2), 191-215

Carpenter, T., Durtschi, C., & Gaynor, L. M., 2002, *The Role of Experience in Professional Skepticism, Knowledge Acquisition and Fraud Detection. Working Paper*

Cervone, D., & Lawrence A. P. (2012). *Kepribadian: Teori dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Humanika.

De Jong, J., & Hartog, D. (2007). How leaders influence employees innovative behaviour*. European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41-64

Dewi, L. F. A. A. , Yuniasanti., R & Prahara, S. A. (2017). Hubungan persepsi terhadap lingkungan kerja dengan perilaku inovatif karyawan bagian penjualan. *Jurnal InSight*, 19(1), 13-25

Hsiao, H., Tu, Y.L., Chang, J.C., & Chen, S.C. (2015). The Influence of Teachers’ Self-efficacy on Innovative Work Behavior. *In International Conference on Social Science and Humanity* (pp. 2–7)

Kleysen, R. F., Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behaviour. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284-296

Li, C. (2013). *Does Self-Efficacy Contribute to Knowledge Sharing and Innovation Effectiveness? A Multi-Level Perspective*. In PACIS 2013 Proceedings 3.

Rulevy, D. F., dan Parahyanti, E. (2016). Hubungan psychological capital dan perilaku kerja inovatif di industri kreatif: Studi Pada Karyawan Perusahaan Xyz. *Jurnal Psikogenesis*, 4(1), 99-113

Santoso, Singgih & Tjiptono, F. (2002). *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasinya dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Computindo Kelompok Gramedia

Schermuly, C. C., Meyer, B., & Dammer, L. (2013). Leader member exchange and innovative behavior*. Journal of Personnel Psychology*, 12(3), 132–142

Widiyanti, K. V., & Sawitri, D. R. (2018). Hubungan antara iklim organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan final assay divisi produksi PT. Hartono Istana Teknologi Sayung Demak. *Jurnal Empati*, 7(1), 406-411