

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

Hafiz Riansyah¹, Bachruddin Saleh Luterlean²

¹Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, hafizriansyah@student.telkomuniversity.ac.id

²Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, bachruddinsalehluterlean@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study was conducted to determine the effectiveness of what affects employee performance. The purpose of this research is to identify and analyze employees of PT. Astra Honda Motor on motivation and self-confidence. The magnitude of the influence on working in the field is very important to be evaluated as input and suggestions to PT. Astra Honda Motor to make it even better. And as a writer, I, as a student of S1 Administration at Telkom University, especially in the field of HR, can understand how important it is to conduct annual evaluation research on work in a company so that in the future it will be even better. Based on the results of the descriptive analysis, it was found that the level dimension was in good category with an average percentage score of 77.3%. The highest score percentage of 78.8% which lies in the item ability to work as much as possible in doing each task and the lowest score percentage of 73.8% which is contained in the item confident with the ability to complete the work according to the target. Dimension of breadth are in the good category with an average percentage score of 78.5%. The highest score percentage is 80%, which lies in the comfort item on each task given in the right position and the lowest score percentage of 72.3%. The highest score percentage is 82.3% which lies in the commitment item on the job even though the experience is not maximal in the field and the lowest score percentage is 74.5%. The conclusion of this study, consumer opinions on advertisements served by Traveloka based on the Empathy dimension are included in the Quite Effective category, the Persuasion dimension is included in the Effective category, the Impact dimension is included in the Effective category, and the Communication dimension is included in the Quite Effective category, but the most dominant advertising media on Traveloka advertisements is TV media with a percentage of 72.9%.

Keywords: *Confidence Motivation, Employee Performance.*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui menganalisis efektivitas apa saja yang mempengaruhi kinerja karyawan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Karyawan PT. Astra Honda Motor terhadap Motivasi dan Kepercayaan diri. Besarnya pengaruh pada bekerja saat dilapangan, sangat penting untuk dievaluasi sebagai masukan dan saran kepada PT. Astra Honda Motor agar lebih baik lagi. dan saya sebagai penulis mahasiswa S1 Administrasi Telkom University yang terkhususnya pada bidang SDM dapat mengerti betapa pentingnya melakukan penelitian evaluasi tahunan pada kerja di suatu perusahaan agar kedepannya jauh lebih baik lagi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif didapatkan bahwa dimensi tingkat berada pada kategori baik dengan rata-rata persentase skor sebesar 77,3%. Persentase skor tertinggi sebesar 78,8% yang terletak pada item kemampuan bekerja semaksimal mungkin dalam mengerjakan setiap tugas dan persentase skor terendah sebesar 73,8% yang terdapat pada item yakin dengan kemampuan yang miliki untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai target. Dimensi keluasaan berada pada kategori baik dengan rata-rata persentase skor sebesar 78,5%. Persentase skor tertinggi sebesar 80% yang terletak pada item kenyamanan pada setiap tugas yang diberikan pada posisi yang tepat dan persentase skor terendah sebesar 72,3%. Dimensi keluasaan berada pada kategori baik dengan rata-rata persentase skor sebesar 72,3%. Persentase skor tertinggi sebesar 82,3% yang terletak pada item komitmen pada pekerjaan meskipun pengalaman tidak maksimal pada bidang tersebut dan persentase skor terendah sebesar 74,5%. Kesimpulan penelitian ini, kepercayaan diri pada karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor berdasarkan hasil analisis deskriptif masuk ke dalam kategori “baik”. Motivasi kerja pada karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor berdasarkan hasil analisis deskriptif

masuk ke dalam kategori “baik”. Kinerja karyawan pada karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor berdasarkan hasil analisis deskriptif masuk ke dalam kategori “sangat baik”.

Kata Kunci: *Kepercayaan diri, Motivasi, Kinerja Karyawan*

I. PENDAHULUAN

PT Astra Honda Motor adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur, perakitan dan distributor sepeda motor merek dan type Honda. Dan perusahaan ini merupakan satu-satunya di Indonesia yang memiliki hak sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) sepeda motor Honda. PT. Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia yang didirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT. Federal Motor. Saat itu, PT. Federal Motor hanya merakit, sedangkan komponennya diimpor dari Jepang dalam bentuk CKD (*completely knock down*). Tipe sepeda motor yang pertama kali di produksi Honda adalah tipe bisnis, S 90 Z bermesin 4 tak dengan kapasitas 90cc. Jumlah produksi pada tahun pertama selama satu tahun hanya 1500 unit, akan tetapi kemudian melonjak menjadi sekitar 30 ribu pada tahun dan terus berkembang hingga saat ini. Sepeda motor terus berkembang dan menjadi salah satu moda transportasi andalan di Indonesia. Seiring dengan perkembangan kondisi ekonomi serta tumbuhnya pasar sepeda motor terjadi perubahan komposisi kepemilikan saham di pabrikan sepeda motor Honda ini. Pada tahun 2001, PT. Federal Motor dan beberapa anak perusahaan di *merger* menjadi satu dengan nama PT. Astra Honda Motor, yang komposisi kepemilikan sahamnya menjadi 50% milik PT Astra International Tbk dan 50% milik Honda Motor Co. Japan, yang masih bekerjasama dengan HRC Indonesia. Saat ini PT. Astra Honda Motor memiliki 4 fasilitas pabrik perakitan. Pabrik pertama berlokasi di Sunter, Jakarta Utara yang juga berfungsi sebagai kantor pusat. Pabrik kedua berlokasi di Pegangsaan Dua, Kelapa Gading. Pabrik ketiga berlokasi di kawasan MM 2100 Cikarang Barat, Bekasi. Pabrik keempat berlokasi di Karawang. Pabrik keempat ini merupakan fasilitas pabrik perakitan terbaru yang mulai beroperasi sejak tahun 2014. Dengan keseluruhan fasilitas ini PT. Astra Honda Motor saat ini memiliki kapasitas produksi 5.8 juta unit sepeda motor per-tahunnya, untuk permintaan pasar sepeda motor di Indonesia yang terus meningkat. Salah satu puncak prestasi yang berhasil diraih PT. Astra Honda Motor adalah pencapaian produksi ke 50 juta pada tahun 2015. Prestasi ini merupakan prestasi pertama yang berhasil diraih oleh industri sepeda motor di Indonesia bahkan untuk tingkat ASEAN. Visi: AHM ingin menjadi pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia dan menjadi pemain kelas dunia, dengan mewujudkan impian konsumen, menciptakan kegembiraan bagi konsumen dan berkontribusi kepada masyarakat Indonesia

Misi: menciptakan solusi bagi masyarakat dengan produk dan pelayanan terbaik. PT. Astra Honda Motor adalah perusahaan manufakturing & distribusi sepeda motor terbesar di Indonesia, dengan jumlah karyawan lebih dari 20.000 orang. Sesuai dengan visi perusahaan, PT.Astra Honda Motor selalu berupaya untuk menyediakan solusi mobilitas terbaik yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan sistem manajemen kelas dunia.

II. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri adalah salah satu aspek kepribadian yang penting pada seseorang. Kepercayaan diri merupakan atribut yang sangat berharga pada diri seseorang dalam kehidupan bermasyarakat, tanpa adanya kepercayaan diri akan menimbulkan banyak masalah pada diri seseorang. Hal tersebut dikarenakan dengan kepercayaan diri, seseorang mampu untuk mengaktualisasikan segala potensinya. Kepercayaan diri merupakan sesuatu yang urgen untuk dimiliki setiap individu. Kepercayaan diri diperlukan baik oleh seorang anak maupun orang tua, secara individual maupun kelompok (Ghufron dan Risnawati, 2011: 33).

Kepercayaan diri merupakan salah satu syarat yang esensial bagi individu untuk mengembangkan aktivitas dan kreativitas sebagai upaya dalam mencapai prestasi Kinerja. Namun demikian kepercayaan diri tidak tumbuh dengan sendirinya. Kepercayaan diri tumbuh dari proses interaksi yang sehat di lingkungan sosial individu dan berlangsung secara kontinu dan berkesinambungan. Rasa percaya diri tidak muncul begitu saja pada diri seseorang, ada proses tertentu didalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri (Hakim, 2002: 21). Menurut Lauster (2003: 13) kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri, sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan semangat serta

dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Terbentuknya kemampuan percaya diri adalah suatu proses belajar bagaimana merespon berbagai rangsangan dari luar dirinya melalui interaksi dengan lingkungannya.

Kepercayaan diri menurut Alwisol (2011: 287) adalah presepsi diri, Menurut Feist, J. dan Gregory J. F (2010: 212) mendefinisikan kepercayaan diri sebagai keyakinan diri untuk mengetahui kemampuannya sehingga dapat melakukan suatu bentuk kontrol terhadap manfaat orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan sekitarnya. Sementara itu, menurut Laura (2010: 152) kepercayaan diri adalah keyakinan seseorang sehingga dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil yang bernilai positif dan bermanfaat. seberapa baik diri seseorang dapat memfungsikan dirinya dalam situasi tertentu.

2.2 Aspek-Aspek Kepercayaan Diri

Menurut Bandura dalam Ghufroon dan Risnawati (2011:88), menyebutkan bahwa motivasi dan 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 ini berkaitan dengan tingkat kesulitan tugas yang harus diselesaikan seseorang dari tuntutan sederhana, moderat sampai yang membutuhkan performansi maksimal (sulit). Individu yang yakin akan mendekati tugas-tugas yang sulit sebagai tantangan untuk dikuasai dibanding sebagai ancaman untuk dihindari. Individu tersebut mempunyai minat yang besar dan merupakan keasyikan tersendiri dalam melakukan aktivitas, menetapkan tujuan, mempunyai komitmen yang tinggi dan mempertinggi usaha dalam menghadapi kegagalan. Individu tersebut lebih cepat memulihkan kepercayaan setelah mengalami kegagalan dan menunjukkan bahwa kegagalan tersebut karena usaha yang tidak cukup dan kurangnya pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Individu diarahkan pada peningkatan kinerja, yang akhirnya menaikkan semangat dan keyakinannya. Sebaliknya kepercayaan diri yang rendah berhubungan dengan sifat menyerah. Individu akan memastikan kegagalan, membentuk keyakinan dan semangat juang yang rendah. Aspek kesulitan tugas dijabarkan dalam pelatihan menjadi sesi mencurahkan usaha yang tinggi/daya juang.

b. Aspek *Generality* (Generalisasi)

Aspek ini merupakan aspek yang berkaitan dengan luas bidang tugas yang dilakukan. Beberapa keyakinan individu terbatas pada suatu aktivitas dan situasi tertentu dan beberapa keyakinan menyebar pada serangkaian aktivitas dan situasi yang bervariasi. Individu dengan kepercayaan diri yang tinggi lebih percaya mampu mempertahankan prestasi walaupun ada sumber-sumber stres dan cemas yang berhubungan dengan pekerjaan tersebut. Individu dengan kepercayaan diri yang tinggi menggunakan cara-cara mencegah sumber stres dan cemas yaitu dengan merencanakan terlebih dahulu beban kerja agar supaya dapat menghindari kebingungan dan bekerja dalam batas waktu yang singkat. Pada dasarnya kepercayaan diri yang tinggi mengindikasikan bahwa mereka yakin mempunyai potensi untuk menangani sumber cemas dan stres lebih efektif dibandingkan dengan kepercayaan diri yang rendah. Individu dengan kepercayaan diri yang tinggi akan mampu menghadapi masalah secara aktif dan cenderung tidak akan menghindari masalah. Aspek generalisasi dalam penelitian dijabarkan dalam sesi meminimalisir sumber kecemasan dengan cara mengatur waktu/manajemen waktu dan sesi membuat strategi.

c. Aspek *Strength* (Kekuatan keyakinan)

Aspek kekuatan berkaitan dengan tingkat kemampuan individu terhadap aspek yang terkait dengan kekuatan/kemantapan individu terhadap keyakinannya. Kepercayaan diri merupakan salah satu dasar untuk melakukan evaluasi diri yang berguna untuk memahami diri. Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek pengetahuan tentang diri yang paling berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari karena kepercayaan diri yang dimiliki ikut mempengaruhi individu dalam menentukan suatu tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, termasuk tantangan yang akan dihadapi.

2.3 Dimensi – dimensi Kepercayaan Diri

Menurut Bandura dalam Ghufroon dan Risnawati (2011), kepercayaan diri individu dapat dilihat dari tiga indikator, yaitu:

a. *Level* (Tingkat)

Dimensi ini mengacu pada tingkat kesulitan tugas yang dipersepsikan berbeda oleh masing-masing individu. Sebagian menganggap masalah itu sulit, namun sebagian yang lain menganggap masalah itu mudah untuk dilakukan. Jika individu dihadapkan pada tugas-tugas yang disusun menurut tingkat kesulitannya, maka keyakinan individu akan terbatas pada tugas-tugas yang mudah, kemudian hingga tugas-tugas yang paling sulit.

b. *Generality* (Keluasaan)

Dimensi ini berkaitan dengan penguasaan individu terhadap bidang atau tugas pekerjaan. Beberapa pengalaman berangsur-angsur menimbulkan penguasaan terhadap pengharapan pada bidang tugas atau tingkah laku yang khusus sedangkan pengalaman lain membangkitkan keyakinan yang meliputi berbagai tugas.

c. *Strength* (Kekuatan)

Aspek ini berkaitan dengan tingkat kekuatan atau kemantapan seseorang terhadap keyakinannya. Tingkat kepercayaan diri yang lebih rendah mudah digoyangkan oleh pengalaman-pengalaman yang memperlemahnya, sedangkan seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang kuat tekun dalam meningkatkan usahanya meskipun dijumpai pengalaman yang memperlemahnya.

2.4 Motivasi Kinerja

Berikut merupakan beberapa pendapat oleh para ahli:

Menurut Santoso Sorso dalam Fahmi (2016:88) motivasi adalah suatu set atau kumpulan perilaku yang memberikan alasan bagi seseorang untuk bertindak dalam suatu cara yang diarahkan kepada tujuan spesifik tertentu. Menurut Melayu S.P. Hasibuan dalam Gayang (2018:112) motivasi adalah cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan perusahaan.

2.5 Dimensi Motivasi Kerja

Menurut Maslow dalam (Mangkunegara, 2017) mengemukakan bahwa hierarki kebutuhan manusia adalah sebagai berikut:

- Kebutuhan Fisiologi, yaitu kebutuhan untuk makan, minum, perlindungan fisik, bernafas, seksual. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tingkat rendah atau disebut juga sebagai kebutuhan yang paling dasar.
- Kebutuhan Rasa aman, yaitu kebutuhan akan perlindungan dari ancaman, bahaya, pertentangan, dan lingkungan hidup.
- Kebutuhan untuk merasa memiliki, yaitu kebutuhan yang diterima oleh kelompok, berafiliasi, berinteraksi dan kebutuhan untuk mencintai serta dicintai.
- Kebutuhan akan harga diri, yaitu kebutuhan untuk dihormati, dan dihargai oleh orang lain.
- Kebutuhan akan mengaktualisasikan diri, yaitu kebutuhan untuk menggunakan kemampuan, skill, dan potensi. kebutuhan untuk berpendapat dengan mengemukakan ide-ide memberi penilaian dan kritik terhadap sesuatu.

2.5 Kinerja Karyawan

Kinerja adalah merupakan perilaku yang nyata ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan (Rivai, 2014: 309). Sedangkan Wirawan (2015: 5) mengatakan bahwa kinerja adalah keluaran yang dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu pekerjaan atau suatu profesi dalam waktu tertentu.

Menurut Mangkunegara (2017:67), kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Sedangkan Menurut Torang (2014:74), kinerja adalah kuantitas atau kualitas hasil kerja individu atau sekelompok di dalam organisasi dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi yang berpedoman pada norma, standar operasional prosedur, kriteria dan ukuran yang telah ditetapkan atau yang berlaku dalam organisasi. Kinerja adalah suatu keadaan yang menunjukkan kemampuan seorang karyawan dalam menjalankan tugas sesuai dengan standart yang telah ditentukan oleh organisasi kepada karyawan sesuai dengan pekerjaan deskripsinya (Siagian, 2015: 168).

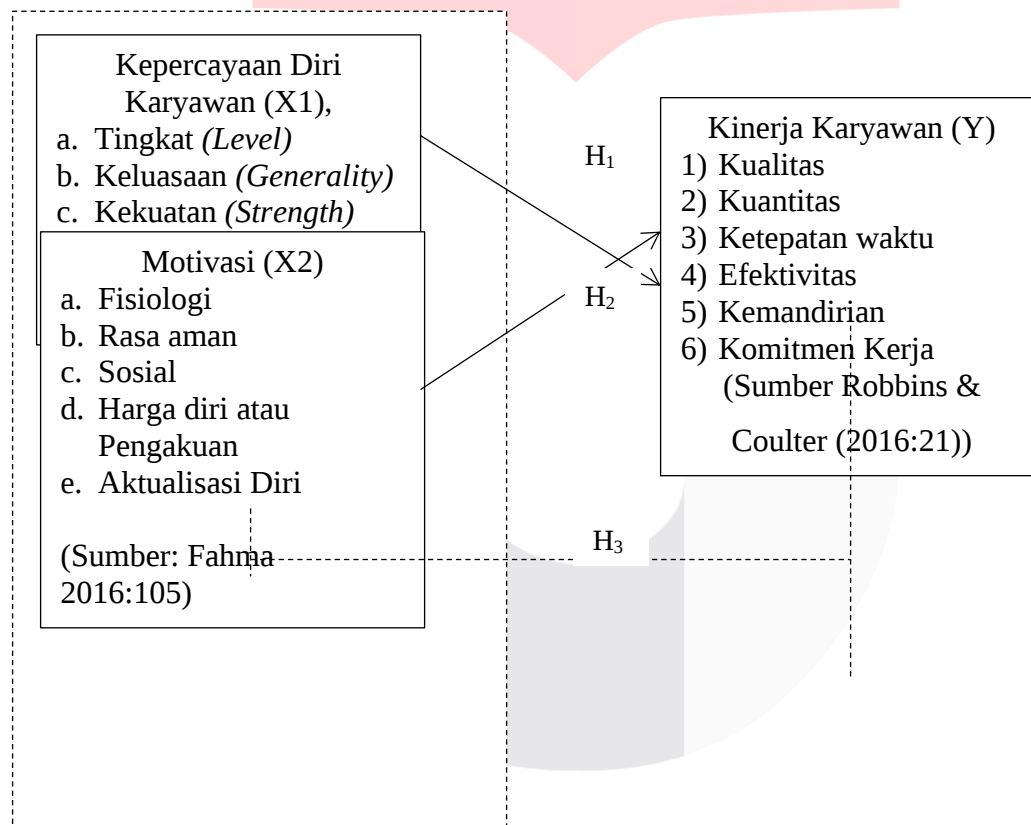
Dari teori-teori yang diketahui diatas maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa kinerja adalah suatu proses atau hasil kerja yang dihasilkan oleh karyawan melalui beberapa aspek yang harus dilalui serta memiliki tahapan-tahapan untuk mencapainya dan bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan itu sendiri. Maka dari itu kinerja merupakan elemen yang penting dalam kemajuan suatu perusahaan. Karena kinerja merupakan cerminan bagaimana suatu organisasi atau perusahaan itu berjalan ke arah yang benar atau hanya berjalan ditempat saja.

2.6 Dimensi Kinerja Karyawan

Konsep keberhasilan kinerja dapat dilihat hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan. Koopmans, et al., (2014) mengemukakan dimensi kinerja sebagai berikut:

- Kinerja tugas
Didefinisikan sebagai kemampuan dimana individu melakukan inti substantif atau teknis pusat pekerjaannya.
- Kinerja kontekstual
Didefinisikan sebagai perilaku yang mendukung lingkungan organisasi, sosial dan psikologis dimana inti teknis harus berfungsi.
- Perilaku kerja kontraproduktif
Didefinisikan sebagai perilaku yang merugikan kesejahteraan organisasi.
Berdasarkan indikator variabel kinerja di atas dapat disimpulkan bahwa, poin indikator kinerja meliputi kinerja tugas, kinerja kontekstual, dan perilaku kerja kontraproduktif. Indikator yang mencerminkan kinerja seseorang didalam suatu organisasi.

2.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2013: 59). Adapun penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat

kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013: 18). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara kepercayaan diri karyawan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil uji t pada kepercayaan diri terhadap kinerja karyawan menunjukkan t_{hitung} sebesar 2,237 > t_{tabel} sebesar 1,664 dan nilai signifikansi $0,028 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor.

Dalam organisasi, kinerja yang baik merupakan tujuan perusahaan dan karyawan yang harus dicapai. Untuk mencapai kinerja yang baik diperlukan berbagai usaha yang harus dilakukan. Seseorang akan berani untuk melakukan berbagai macam tindakan, ketika seseorang tersebut merasa yakin bahwa sesuatu yang ditujunya akan berhasil diraih begitupun sebaliknya. Keyakinan tersebut yang mendorong seseorang untuk terus bertahan dalam usahanya mencapai tujuan. Kepercayaan diri merupakan suatu dorongan bagi seseorang dalam melakukan tindakan untuk mencapai tujuan yang dikehendaknya. Kepercayaan diri dalam bidang akademik berkaitan dengan keyakinan karyawan akan kemampuannya dalam melakukan tugas-tugas, mengatur kegiatan kerja, dan mampu mengontrol prioritas kerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki oleh seorang karyawan, maka karyawan tersebut akan mengeluarkan usaha yang cukup besar agar mereka dapat meraih kinerja yang tinggi (Ghufron dan Risnawati, 2011: 133).

b. Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja karyawan

Berdasarkan hasil uji t pada motivasi kerja terhadap kinerja karyawan menunjukkan t_{hitung} sebesar 1,873 > t_{tabel} sebesar 1,664 dan nilai signifikansi $0,041 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor.

Motivasi kerja menurut Handoko (2014:152) merupakan keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Hal tersebut diartikan bahwa motivasi kerja yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Jadi setiap kegiatan yang dilakukan seseorang didorong oleh kekuatan dari dalam diri seseorang tersebut dan kekuatan pendorong inilah yang disebut motivasi kerja. Oleh karena itu perhatian organisasi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan karyawan yang menjadi motivasi kerja bekerja bagi para karyawan sangatlah penting.

c. Pengaruh Kepercayaan Diri dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil uji F pada kepercayaan diri dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan menunjukkan F_{hitung} sebesar 3,422 > F_{tabel} sebesar 3,11 dan nilai signifikansi $0,038 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri dan motivasi kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor. Besarnya pengaruh kepercayaan diri dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor dapat dilihat dari koefisien determinasi yang telah dilakukan menggunakan rumus sebesar 52,2% dan sisanya sebesar 47,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kepercayaan diri dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor, maka dapat disimpulkan berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Kepercayaan diri pada karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor berdasarkan hasil analisis deskriptif masuk ke dalam kategori “baik”.
- Motivasi kerja pada karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor berdasarkan hasil analisis deskriptif masuk ke dalam kategori “baik”.
- Kinerja karyawan pada karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor berdasarkan hasil analisis deskriptif masuk ke dalam kategori “sangat baik”.

- d. Kepercayaan diri secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor.
- e. Motivasi kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor.
- f. Kepercayaan diri dan motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT. Astra Honda Motor.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, Peneliti mengusulkan beberapa saran yang diharapkan supaya dapat bermanfaat bagi PT. Traveloka selaku pihak perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya.

5.3 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat bermanfaat, antara lain:

1. Bagi PT. Astra Honda Motor
 - a. Pihak perusahaan dapat menanamkan serta meningkatkan rasa kepercayaan terhadap para karyawan dan memberikan kebebasan kepada mereka untuk mengemukakan pendapat yang mungkin akan berguna bagi perusahaan sekaligus memberikan kesan bahwa karyawan diikutsertakan dalam mengelola perusahaan sehingga karyawan merasa ikut memiliki, dengan demikian karyawan akan memiliki loyalitas atau lebih bertanggung jawab terhadap perusahaan.
 - b. Pihak perusahaan perlu meningkatkan motivasi kerja karyawan agar dapat lebih meningkatkan kinerjanya. Misalnya, dengan memberikan bonus bagi karyawan yang berprestasi, penambahan gaji, jaminan kesehatan dan kesejahteraan karyawan, ataupun fasilitas-fasilitas lainnya yang menjadi kebutuhan dan keinginan karyawan.
- ## 5.4 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan pengembangan penelitian dengan menggunakan variabel bebas yang lain seperti kepuasan kerja, kompensasi, budaya kerja, stres kerja dan lain-lain sehingga dapat memberikan pengaruh lebih baik lagi terhadap kinerja karyawan.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti objek yang baru dengan jumlah sampel dan objek penelitian yang lebih luas.

REFERENSI

- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. 20. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghufron, Nur dan Risnawati, Rini. 2011. Teori-Teori Psikologi. Jakarta: Ar-ruzz Media.
- Hakim, Thursan. 2002. Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri. Jakarta: Puspa Swara.
- Handoko, T. Hani. 2014. Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE.
- Harsuko, Risnawati. 2011. "Mendongkrak Motivasi dan Kinerja: Pendekatan Pemberdayaan SDM". UB Press: Malang.
- Kamila, Alda Septiliani., Suwarsi, Sri dan Frendika, Rusman. 2020. Pengaruh Self Efficacy dan Self Confidence terhadap Kinerja Karyawan Divisi Penjualan PT. Unza Vitalis Bandung. Prosiding Manajemen, Volume 6, No. 1, 359-362.
- Kaseger, Regina G. (2013). Pengembangan Karir Dan Self efficacy Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Matahari Department Store Manado Town Square. Jurnal EMBA. 1(4): 906-916.