

**PENGARUH SELF-LEADERSHIP,
SELF-EFFICACY DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA
(Studi pada Independent Business Owner PT. AMWAY Indonesia
di Semarang, Jawa Tengah)**

Ponco Priyantono*

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie,
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

Abstract

The success of someone in the MLM network is very dependent on the number of members in the group or network of the down line. Therefore, with existence of development process of this network, as an MLM distributor must to have ability of self-leadership, self-efficacy and as well as motivation is inside. Data collected with questionnaire method. Data analyze technique used Structural Equation Modeling (SEM). Empirical finding indicate that self-leadership have direct influence to self-efficacy. Then self-efficacy influence to performance through motivation was bigger than self-efficacy influence to performance.

Key words : Self-leadership, self-efficacy, motivation and performance

Abstrak

Keberhasilan seseorang di dalam jaringan MLM sangat tergantung kepada jumlah anggota di dalam kelompoknya atau jaringan yang dibangunnya (*down line*). Oleh karena itu, dengan adanya proses pengembangan jaringan ini, sebagai distributor MLM harus memiliki kemampuan *self-leadership*, *self-efficacy* serta motivasi yang ada dalam dirinya. Data dikumpulkan dengan metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa *self-leadership* mempunyai pengaruh langsung terhadap *self-efficacy*. Kemudian pengaruh *self-efficacy* terhadap kinerja melalui motivasi lebih besar daripada pengaruh *self-efficacy* terhadap kinerja.

Kata kunci : *self-leadership*, *self-efficacy*, motivasi, kinerja

Pendahuluan

Persaingan bisnis dan dinamikanya, membawa banyak perubahan dalam berbisnis. Tingginya derajat persaingan yang ada, memaksa pelaku bisnis membuat berbagai terobosan dalam berbagai hal dan salah satunya adalah apa yang disebut dengan *Multi Level Marketing (MLM)*. Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia menyatakan bahwa MLM adalah : metode pemasaran

barang dan/atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya. Bila dibandingkan dengan metode pemasaran langsung (*direct marketing*) lainnya, MLM mempunyai suatu ciri yang unik. Keunikan dari MLM adalah

* Alamat kini: Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jln Yos Sudarso Kav. 87 Sunter, Jakarta 14350
Penulis untuk Korespondensi: Telp. (021) 65307062 Ext. 705. E-mail: ponco.priyantono@kwikkiangie.ac.id

upaya mengembangkan penjualan melalui suatu jaringan individu yang secara mandiri mengembangkan usahanya sendiri dengan bertindak sebagai distributor. Dalam bentuk *net working* yang unik ini, tiap individu akan berupaya untuk mengembangkan jaringan tersebut (Roy Goni, 1995).

PT. AMWAY memasuki pasaran MLM Indonesia pada tahun 1992 dan terus berkembang hingga saat ini. Data yang diperoleh, PT. AMWAY mampu menduduki peringkat pertama pada tahun 2004 dalam dunia bisnis MLM dengan total *independent business owner* atau IBO (istilah untuk menyebut anggota distributornya) sebanyak 320 ribu orang atau tumbuh sekitar 30%. Omset PT AMWAY pada tahun 2004 mencapai kisaran di atas Rp 1 triliun atau tumbuh sekitar 40% pertahunnya. Sehingga pada tahun itu PT. AMWAY Indonesia mengukuhkan posisinya di urutan ke 12 dibandingkan dengan PT AMWAY di negara-negara lain. (Tina Prabowo, 2005).

Keberhasilan seseorang di dalam jaringan MLM, sangat tergantung kepada jumlah anggota di dalam kelompoknya atau jaringan yang dibangunnya (*down line*) dengan tingkat produktivitas pembelian serta penjualan masing masing anggota. Semakin banyak *downline* yang dimiliki, akan semakin tinggi produktivitas mereka, maka akan semakin banyak pula bonus yang akan didapat oleh seseorang atau sebaliknya. Oleh karena itu, dengan adanya proses pengembangan jaringan ini, seseorang sebagai *Independent Bussiness Owner (IBO)* harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik, kemampuan untuk memberikan pengaruh baik kepada orang lain, kemampuan membina dan membimbing dan membantu *downlines*-nya. Hal ini dapat dicapai dengan adanya keyakinan diri yang tinggi, kemauan yang tinggi dalam berusaha dan juga kemampuan mengelola dan memimpin diri sendiri untuk mencapai target yang telah ditetapkan untuk dicapai, serta motivasi yang tinggi dalam diri seorang

distributor. Dengan kata lain bahwa keberhasilan seorang IBO dalam bisnis, sangat berkaitan dengan kemampuannya memimpin dirinya sendiri (*self-leadership*), *self-efficacy* serta motivasi yang ada dalam dirinya. Oleh karena itu, penulis menganggap penting untuk meneliti fenomena yang melatarbelakangi keberhasilan para *Independent Bussiness Owner* tersebut.

Kajian Pustaka

Self-Leadership

Self-leadership merupakan suatu usaha mempengaruhi diri sendiri untuk dapat mengarahkan diri lebih agar dapat bekerja dengan lebih baik (Manz & Sims, 2011). *Self-leadership* terdiri dari *spesific behavioral* dan *cognitive strategies* untuk mendapatkan pengaruh positif dari efektivitas individual (Manz and Neck, 2004). Masih menurut Manz dan Neck (2004) ada tiga kategori yang berbeda namun saling melengkapi dari *self-leadership* dalam mempengaruhi *outcomes*, yaitu :

1) *Behavioral Focus Strategies (BFS)*

Merupakan pendekatan pola perilaku individual yang mempengaruhi gaya kepemimpinan seseorang terhadap dirinya sendiri dan dalam implikasinya akan membawa pengaruh terhadap bagaimana seseorang individu membentuk citra diri dalam hubungan sosial dengan individu-individu lain dalam kelompoknya

2) *Natural Reward Strategies (NRS)*

Mengarah pada persepsi positif serta pengalaman yang berkaitan dengan tugas-tugas yang dimiliki. *Natural Reward Strategies* juga meliputi upaya pencarian aktivitas dan pekerjaan yang menyenangkan serta menimbulkan kenyamanan.

3) *Constructive though pattern strategies (CTPS)*

Constructive though pattern strategies lebih menitikberatkan pada penciptaan

dan pengarahannya pola pikir yang diinginkan atau sesuai dengan tuntutan nilai yang telah dibuat secara kolektif. Pendekatan ini meliputi pengidentifikasian dan merubah kepercayaan serta asumsi-asumsi yang mengganggu, kemampuan mental dan pembahasan diri yang positif.

Self-Efficacy

Self-efficacy theory (teori efikasi diri) juga dikenal dengan teori kognitif sosial, atau teori pembelajaran sosial, mengacu pada keyakinan individu untuk melaksanakan tugas (Robbins, 2015). Seseorang dengan *self-efficacy* tinggi akan merasa mampu dan percaya diri dalam melakukan sesuatu dengan baik dalam suatu situasi tertentu. *Self-efficacy* menyangkut keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimiliki dalam mempengaruhi kontrol terhadap lingkungannya (Bandura, 1986). Disimpulkan bahwa *self-efficacy* merupakan keyakinan seorang individu terhadap kemampuan yang dimilikinya dalam mengatur dan melaksanakan tindakan atau tugas untuk mencapai suatu tujuan.

Motivasi

Motivasi (Robbins 2015) mendefinisikan sebagai proses yang menjelaskan mengenai kekuatan, arah dan ketekunan seseorang dalam upaya mencapai tujuan. Masih menurut Robbins (2015) bahwa motivasi adalah keinginan untuk berusaha sekuat tenaga untuk mencapai tujuan organisasi yang dikondisikan atau ditentukan oleh kemampuan usaha untuk memenuhi suatu kebutuhan individu.

Robbins (2015) menyatakan bahwa teori kebutuhan McClelland yang paling kuat mengenai hubungan antara prestasi dan produktivitas adalah teori McClelland.

Teori David McClelland (dalam Robbins, 2015), menganalisis tentang tiga kebutuhan manusia yang sangat penting di

dalam organisasi atau perusahaan tentang motivasi, yakni :

- 1) *Need for Achievement* atau kebutuhan akan prestasi.
Kebutuhan akan prestasi ini merupakan keinginan untuk memenuhi sesuatu yang sulit.
- 2) *Need for Power* atau kebutuhan akan kekuasaan.
Kebutuhan akan kekuasaan mencerminkan keinginan seorang individu untuk mempengaruhi, membimbing, mengajar, atau- mendorong orang lain untuk berprestasi. Orang-orang dengan suatu kebutuhan akan kekuasaan yang tinggi suka untuk bekerja dan peduli dengan disiplin dan penghargaan diri.
- 3) *Need for Affiliation* atau kebutuhan untuk afiliasi.
Kebutuhan ini menempati posisi paling akhir dari riset para pakar manajemen. Maksudnya adalah orang yang memiliki kebutuhan seperti ini tentu mereka memiliki motivasi untuk persahabatan, menanggung dan bekerja sama daripada sebagai ajang kompetisi didalam suatu organisasi.

Kinerja

Kinerja adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki, menurut Helfert dalam Veithzal Rifai (2013). Kinerja menurut Faustino Gomes (2000) adalah catatan outcome dari fungsi suatu pekerjaan tertentu atau kegiatan karyawan selama periode waktu tertentu. Pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan hasil prestasi kerja atau hasil kerja yang dicapai oleh sumber daya manusia dalam periode waktu tertentu.

Hipotesis**Pengaruh Self-Leadership Terhadap Self Efficacy**

Sesuai dengan penelitian Karl, K. A., O'Leary-Kelly, A. M. and Martocchio, J. J. (1993) dalam Gregory E. Prussia, Joe S. Anderson dan Char Les C. Manz (1998) menunjukkan bahwa perilaku kepemimpinan terdapat persepsi *self-efficacy* dimana fokusnya adalah pada *external leadership*, *self-management*, *self-leadership* mempengaruhi *self-efficacy* dalam sebuah variasi tugas. Masih menurut Karl, K. A., O'Leary-Kelly, A. M. and Martocchio, J. J. (1993) dalam Gregory E. Prussia, Joe S. Anderson dan Char Les C. Manz (1998) bahwa *External leaderships* berpengaruh pada persepsi *self-efficacy* yang secara umum terpusat pada *feedback* atau penggunaan teknik pelatihan yang efektif. Berdasarkan penelitian di atas, disimpulkan bahwa penggunaan strategi *self-leadership* akan mempengaruhi persepsi *self-efficacy* pada suatu aktivitas tertentu.

Hipotesis 1: Self-Leadership berpengaruh positif terhadap self-efficacy.**Pengaruh Self-Efficacy Terhadap Motivasi**

Sesuai dengan teori sebelumnya bahwa *self-efficacy* merupakan keyakinan seorang individu terhadap kemampuan yang dimilikinya dalam mengatur dan melaksanakan tindakan atau tugas untuk mencapai suatu tujuan. Di saat menerima umpan balik negatif, seseorang *self-efficacy* tinggi akan merespons dengan meningkatkan usaha dan motivasi, sedangkan dengan *self efficacy* rendah cenderung merasa minder dan rendah diri, Bandura (1986). Penelitian yang dilakukan oleh Fitrianty A dan Eri W (2016) mengatakan bahwa *self-efficacy* guru rendah maka berpengaruh negatif terhadap motivasi belajar siswa. Hal ini dikarenakan guru tidak melakukan *treatment self-efficacy* terhadap siswa.

Hipotesis 2 : Self-efficacy berpengaruh positif terhadap motivasi**Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja**

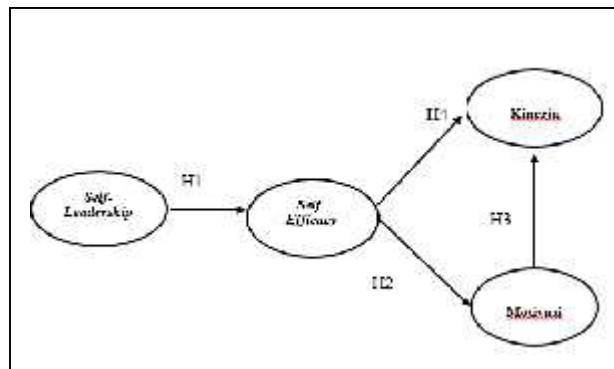
Motivasi didefinisikan sebagai proses-proses psikologis meminta, mengarahkan dan menetapkan tindakan secara sukarela dan berorientasi tujuan (Kreitner dan Kinicki, 2005) dengan kata lain, motivasi merupakan pendorong atau penggerak yang ada dalam diri seseorang untuk bertindak (Fuad Mas'ud, 2004). Menurut MC Clelland, orang dengan prestasi tinggi lebih menyukai resiko dan situasi yang sedang dimana mereka dapat mengendalikan nasib mereka sendiri. Hal ini mengindikasikan bahwa selain mencakup pengarahannya ke arah tujuan, motivasi juga berkaitan dengan perilaku dan kinerja (Gibson, dkk, 2002). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara motivasi dengan kinerja

Hipotesis 3 : Motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja**Pengaruh Self-Efficacy Terhadap Kinerja**

Penelitian empiris terhadap *self-efficacy* mengindikasikan hubungan yang kuat dan konsisten antara *self-efficacy* dan *outcomes* yang mengikutinya. Dalam penelitian G.J. Harjono., B. Lumanauw., V.P.K. Lengkong (2015) bahwa semakin tinggi *self-efficacy* pegawai, maka kinerja akan semakin meningkat. Sebaliknya semakin rendah *self-efficacy* pegawai, maka kinerja pegawai juga akan semakin berkurang. Demikian juga dengan penelitian Chasanah (2008) yang membuktikan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

Hipotesis 4 : Self-efficacy berpengaruh positif terhadap kinerja

Gambar 1.
Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber : dikembangkan untuk penelitian

Tabel 1.
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Kode	Indikator
1	Self-Leadership	X1	Pengidentifikasian perilaku yang spesifik untuk meningkatkan atau memodifikasi kemampuan diri
		X2	Melakukan analisa pada diri sendiri untuk mengetahui tujuan jangka panjangnya sendiri
		X3	Mengidentifikasi pola pemberian penghargaan pada diri sendiri
		X4	Mengurangi kebiasaan yang memberi hukuman pada diri sendiri serta
		X5	Berperilaku sesuai dengan perilaku yang diinginkan
		X6	Berkomitmen untuk percaya dan menikmati pekerjaan
		X7	Mencari pekerjaan yang menyenangkan serta menimbulkan kenyamanan
		X8	Kemampuan mental untuk menghasilkan kinerja
		X9	Pembahasan diri yang positif untuk memfasilitasi kinerja
		X10	Penggunaan skenario positif dalam tempat yang efektif
2	Self-Efficacy	X11	Perasaan mampu melakukan pekerjaan
		X12	Kemampuan yang lebih baik
		X13	Senang pekerjaan yang menantang
		X14	Kepuasan terhadap pekerjaan
3	Motivasi	X15	Kebutuhan berprestasi (nach)
		X16	Kebutuhan berkuasa (npow)
		X17	Kebutuhan berafiliasi (naff)
4	Kinerja	X18	Kemampuan mencapai target
		X19	Bonus yang diperoleh
		X20	Kemampuan menjual produk
		X21	Kemampuan mensponsori IBO baru

Sumber : dikembangkan untuk penelitian

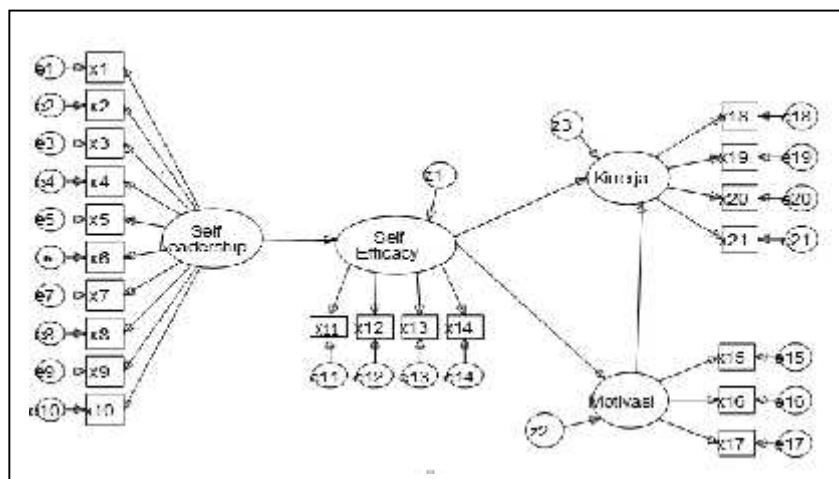
Penelitian ini terdapat 21 indikator yang menjadi data primer dengan berdasarkan konsep teori yang dikemukakan sebelumnya, menyangkut tentang faktor-faktor yang

mempengaruhi kinerja karyawan yaitu: *self-leadership*, *self-efficacy* dan motivasi. Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari pihak yang berhubungan dengan penelitian ini

yaitu PT.AMWAY Indonesia dan literatur-literatur seperti buku-buku, jurnal, Amagram (majalah bulanan AMWAY), serta majalah SWA Sembada. Populasi dalam penelitian ini adalah para anggota atau *Independent Bussiness Owner* (IBO) PT. AMWAY Indonesia yang berstatus aktif hingga akhir tahun 2007 di wilayah Semarang, Jawa Tengah. Diketahui jumlah IBO yang aktif sampai dengan akhir tahun 2007 yang sekaligus menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 710 IBO.

Menurut Hair.et al (1995) mengenai responden yang representatif dengan menggunakan tehnik analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* paling sedikit 5 kali jumlah indikator yang digunakan. Dalam pengujian *Chi-Square* yang sensitif terhadap jumlah sampel, dibutuhkan sampel yang baik berkisar antara 100-200 sampel untuk *maximum likelihood estimation*. Jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 21 indikator, maka dari itu untuk memenuhi jumlah sampel yang baik adalah $5 \times 21 = 105$ IBO.

Gambar 2.
Full Model SEM



Sumber : Hasil pengolahan

Kerangka berpikir penelitian ini dapat terlihat pada gambar 2 dalam konsep analisis Structural Equation Model (SEM). Model hubungan yang dikembangkan dalam kerangka pemikiran di atas dapat diduga melibatkan beberapa indikator variabel atau disebut sebagai manifest variable

Metode Penelitian

Jenis Dan Sumber Data

Pada penelitian ini data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui sumber perantara) dan data dikumpulkan

secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sesuai dengan keinginan peneliti Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (1999). Jenis data ini didapat langsung dari penyebaran kuesioner kepada *Independent Bussines Owner* (IBO) PT. AMWAY Indonesia di Semarang Jawa Tengah. Masih menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (1999) data sekunder adalah data yang merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari pihak yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu PT. AMWAY Indonesia dan literatur-literatur

seperti buku-buku, jurnal, Amagram (majalah bulanan AMWAY), serta majalah SWA Sembada.

Populasi

Populasi merupakan kumpulan individu atau objek penelitian yang memiliki kualitas-kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik Cooper & Emory (1995).

Populasi dalam penelitian ini adalah para anggota atau *Independent Bussiness Owner* (IBO) PT. AMWAY Indonesia yang berstatus aktif hingga akhir tahun 2007 di wilayah Semarang Jawa Tengah. Diketahui jumlah IBO yang aktif sampai dengan akhir tahun 2007 yang sekaligus menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 710 IBO.

Sampel

Pada penelitian ini tidak seluruh populasi yang ada dijadikan sebagai responden atau sampel. Hal ini sesuai dengan pendapat Soegiyono (2009) yang menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Hair.et al (1995) mengenai responden yang representatif dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* paling sedikit 5 kali jumlah indikator yang digunakan. Dalam pengujian *Chi-Square yang sensitif* terhadap jumlah sampel, dibutuhkan sampel yang baik berkisar antara 100-200 sampel untuk *maximum likelihood estimation*.

Jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 21 indikator, maka dari itu untuk memenuhi jumlah sampel yang baik adalah $5 \times 21 = 105$ IBO. Jadi jumlah responden yang digunakan penelitian ini telah

memenuhi syarat sesuai yang disarankan oleh Hair.et, al (1995).

Tehnik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dengan tehnik *purposive sampling* ini informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki dan memenuhi kriteria yang ditentukan. Kriteria sampel yang ditetapkan adalah :

1. Telah menjadi anggota aktif minimal 1 tahun, sehingga mempunyai cukup pengalaman dalam menjalankan bisnisnya
2. Dapat bertemu dan bekerjasama dengan tim bisnisnya minimal sebulan sekali
3. Masih berstatus aktif dan sering berkomunikasi dengan mitra bisnisnya
4. Telah mengkonsumsi, menjual atau ikut memasarkan produk AMWAY
5. Pernah melakukan presentasi penjualan, prospecting, atau berkomunikasi dengan *downlines*-nya

Kuesioner diberikan kepada responden sebanyak 150 responden, terdapat 35 orang responden yang tidak bisa diolah, sehingga hanya 115 orang responden yang kuesionernya bisa diolah dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)* yang dioperasikan melalui program AMOS 5.0. Permodelan penelitian melalui SEM memungkinkan seseorang peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat regresif maupun dimensional. SEM juga dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi sebuah konsep atau konstruk dan pada saat yang sama SEM juga dapat mengukur pengaruh dan derajat hubungan faktor yang akan diidentifikasi dimensi-dimensinya (Ferdinand, 2006).

Penelitian ini menggunakan dua macam tehnik analisis, yaitu :

1. *Confirmatory Faktor Analysis* atau analisa faktor konfirmatori pada SEM yang digunakan untuk mengkonfirmasi faktor-faktor yang paling dominan dalam suatu kelompok variabel
2. *Regression Weight* pada SEM yang digunakan untuk meneliti seberapa besar variabel-variabel penelitian yang saling mempengaruhi.

Konversi Diagram Alur Kedalam Persamaan

Setelah model penelitian yang dikembangkan dan digambar pada diagram

Model Persamaan Structural

$$\begin{aligned} \text{Self efficacy} &= \gamma_1 \text{ Self leadership} & + z_1 \\ \text{Motivasi} &= \gamma_1 \text{ Self efficacy} & + z_2 \\ \text{Kinerja} &= \gamma_1 \text{ Self efficacy} + \gamma_2 \text{ Motivasi} & + z_3 \end{aligned}$$

b) Persamaan Spesifikasi Model Pengukuran (Measurement Model)

Digunakan untuk menentukan variabel yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk dan variabel. Komponen-komponen ukuran untuk mengidentifikasi variabel-variabel laten dan komponen-komponen struktural mengevaluasi hipotesis hubungan kausal antar variabel-variabel laten pada model kausal dan menunjukkan sebuah pengujian seluruh hipotesis dari model sebagai satu keseluruhan.

Memilih Matrik Input dan Estimasi Model

SEM adalah alat analisis berbasis kovarians. Penggunaan matriks kovarians karena dapat menunjukkan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda, dimana hal yang sama tidak dilakukan oleh korelasi. Pemakaian matriks kovarians lebih banyak digunakan penelitian mengenai hubungan,

alur, langkah berikutnya adalah mengubah spesifikasi model kedalam rangkaian persamaan. Dalam Augusty Ferdinand (2006), dijelaskan bahwa persamaan yang dibangun terdiri dari:

a) Persamaan – persamaan Struktur (Structural Equations)

Persamaan ini dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk. Persamaan struktural pada dasarnya dibangun pedoman berikut ini

$$V \text{ endogen} = V \text{ eksogen} + V \text{ endogen} + \text{error}$$

dikarenakan standard error dari berbagai penelitian menunjukkan angka yang kurang akurat apabila matriks korelasi digunakan sebagai input (Augusty Ferdinand, 2006).

Pada penelitian ini matrik inputnya adalah matrik kovarian yang ukuran sampel minimumnya adalah 100 responden. Teknik estimasi model yang digunakan adalah Maximum Likelihood Estimation (ML). Penggunaan 115 responden dikarenakan ukuran sampel yang representatif berkisar antara 100-120 responden (Hair, 1995)

Uji Kesesuaian dan Uji Statistik

Untuk melakukan uji kesesuaian dan statistik diperlukan beberapa indeks kesesuaian dan *cut – off – volumenya* untuk digunakan dalam pengujian sebuah model.

a. Chi Square

Sebuah model yang dianggap baik atau memuaskan apabila memiliki *chi – square* yang rendah. Semakin kecil nilai *chi – square*, semakin baik model

tersebut dan dapat diterima berdasarkan dengan *Cutt – of – value* sebesar $p > 0,05$ atau $p > 0,10$ (Hulland, dalam Ferdinand 2006).

b. GFI (*Goodness of Fit Index*)

Merupakan pengukuran non – statistik yang memiliki nilai berkisar antara 0 (poor fit) sampai dengan 1,0 (perfect fit) sehingga nilai yang tinggi menandakan kesesuaian yang baik (better fit) (Augusty Ferdinand, 2006).

c. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

Adalah tingkat penerimaan yang disarankan apabila AGFI memiliki nilai yang sama dengan atau lebih besar dari 0,90 (Augusty Ferdinand, 2006).

d. RMSEA (Root Square Error of Aproximation)

Menunjukkan goodness of fit yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam

populasi (Hair dalam Ferdinand, 2006). Nilai RSMEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterima model yang menunjukkan close fit dari model tersebut berdasarkan degree of freedom (Browne dan Cudeck, dalam Augusty Ferdinand 2006)

e. Tucker Lewis Index (TLI)

Adalah sebuah alternatif incremental fit index membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya model adalah penerimaan $\geq 0,95$ (Hair, 1995).

f. CFI (Comparative Fit Index)

CFI yang mendekati 1 mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi (Arbuckle dalam Augusty Ferdinand, 2006).

Ringkasan Goodness of Fit Index

Goodness of Fit Index	Cut – off Value
X ² - Chi Square	Kecil
Significance Probability	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,09$
AGFI	$\geq 0,09$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Interpretasi dan Modifikasi Model

Pada tahap ini model yang sedang dikembangkan akan diinterpretasikan dan bagi model yang tidak memenuhi syarat pengujian dilakukan modifikasi. Perlunya melakukan modifikasi terhadap sebuah model dapat dilihat dari jumlah residual yang dihasilkan model tersebut. Modifikasi perlu diper-timbangkan bila jumlah residual lebih besar atau sama dengan $\pm 2,58$ pada tingkat

signifikansi secara statistik sebesar 5 %. Dan cara untuk memodifikasinya adalah dengan menambah sebuah alur baru terhadap model yang diestimasi itu (Hair, 1995).

Hasil Dan Pembahasan

Analisis faktor konfirmatori

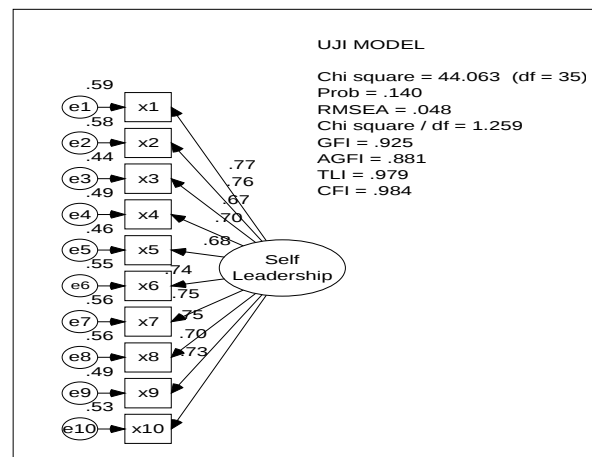
Model pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori (confirmatory Factor Analysis)

dilakukan secara terpisah untuk konstruk eksogen dan konstruk-konstruk endogen yang mengacu pada Hair et.al (1995).

Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Self-Leadership

Hasil pengolahan confirmatory factor analysis untuk konstruk Self-leadership disajikan dalam gambar dan tabel berikut ini :

Gambar 3.
Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Self-Leadership



Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Ringkasan uji kelayakan model analisis konfirmatori tersebut dapat diringkas dalam tabel berikut ini :

Tabel 2.
Indeks Pengujian Kelayakan Confirmatory Factor Analysis Konstruk Self-Leadership

Goodness of Fit Index	Cut-off Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
X^2 - Chi-square	(df= 35) $\leq$ 49.802	44,063	Baik
Significance Probability	$\geq$ 0,05	0,140	Baik
RMSEA	$\leq$ 0,08	0,048	Baik
GFI	$\geq$ 0,90	0.925	Baik
AGFI	$\geq$ 0,90	0.881	Marginal
TLI	$\geq$ 0,95	0.979	Baik
CFI	$\geq$ 0,95	0,984	Baik

Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa semua konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori telah

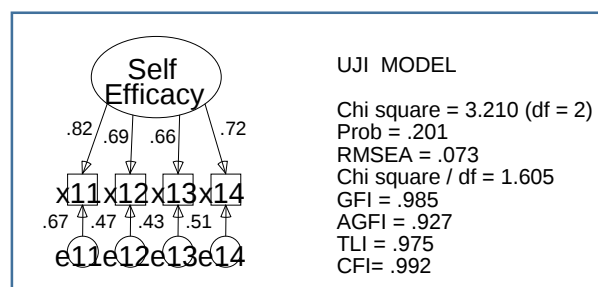
memenuhi kriteria goodness of fit yang telah ditetapkan. Nilai probability pengujian goodness of fit menunjukkan nilai 0,140 dengan pengujian-pengujian kelayakan model

yang memenuhi syarat sebagai model yang baik, kecuali untuk AGFI yang diterima sebagai kategori marginal. Dengan demikian kecocokan model yang diprediksikan dengan nilai-nilai pengamatan cukup memenuhi kecocokan modelnya.

Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Self-Efficacy

Variabel laten self-efficacy pada model konfirmatori ini terdiri dari 4 indikator sebagai dimensi pembentuknya. Hasil pengolahan data untuk analisis faktor konfirmatori konstruk *self-efficacy* akan ditampilkan dalam gambar dan tabel berikut ini:

Gambar 4.
Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Self-Efficacy



Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Ringkasan hasil confirmatory factor analysis tersebut dapat diringkas dalam tabel berikut ini.

Tabel 3.
Indeks Pengujian Kelayakan Confirmatory Factor Analysis Variabel Self-Efficacy

Goodness of Fit index	Cut-off Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
$X^2 - \text{Chi-square}$	$(df = 2) \leq 5,991$	3,210	Baik
Significance Probability	$\geq 0,05$	0,201	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,073	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,985	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,927	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,975	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,992	Baik

Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa semua konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria *goodness of fit* yang telah ditetapkan. Nilai probability pengujian *goodness of fit* menunjukkan nilai 0,201,

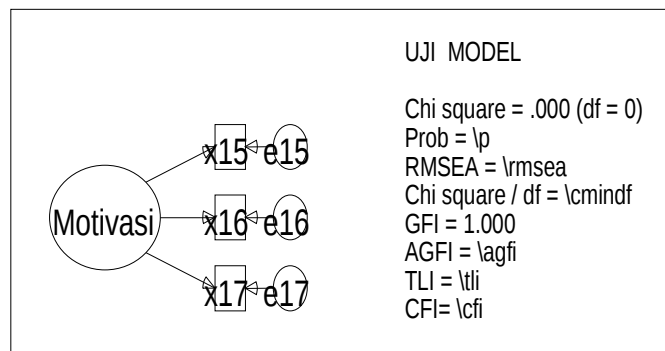
dengan pengujian-pengujian kelayakan model yang memenuhi syarat sebagai model yang baik. Dengan demikian kecocokan model yang diprediksikan dengan nilai-nilai pengamatan cukup memenuhi.

Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Motivasi

Variabel laten motivasi pada model konfirmatori ini terdiri dari 3 indikator sebagai dimensi pembentuknya. Hasil

pengolahan data untuk analisis faktor konfirmatori konstruk motivasi akan ditampilkan dalam gambar berikut:

Gambar 5.
Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Motivasi



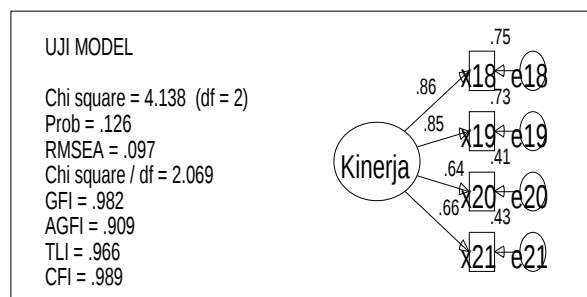
Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Ringkasan hasil confirmatory factor analisis konstruk ini menghasilkan nilai chisquare 0 hal ini disebabkan karena nilai derajat kebebasan untuk konstruk variabel dengan 3 indikator diperoleh sama dengan nol.

Variabel laten kinerja pada model konfirmatori ini terdiri dari 4 indikator sebagai dimensi pembentuknya. Hasil pengolahan data untuk analisis faktor konfirmatori konstruk kinerja akan ditampilkan dalam gambar dan tabel berikut ini:

Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Kinerja

Gambar 6.
Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Kinerja



Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Ringkasan hasil confirmatory factor analysis tersebut dapat diringkas dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.
Indeks Pengujian Kelayakan Confirmatory Factor Analysis Variabel Kinerja

Goodness of Fit index	Cut-off Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
χ^2 – Chi-square	(df = 2) $\leq$ 4,991	4,138	Baik
Significance Probability	$\geq$ 0,05	0,126	Baik
RMSEA	$\leq$ 0,08	0,97	Marginal
GFI	$\geq$ 0,90	0,982	Baik
AGFI	$\geq$ 0,90	0,909	Baik
TLI	$\geq$ 0,95	0,966	Baik
CFI	$\geq$ 0,95	0,989	Baik

Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

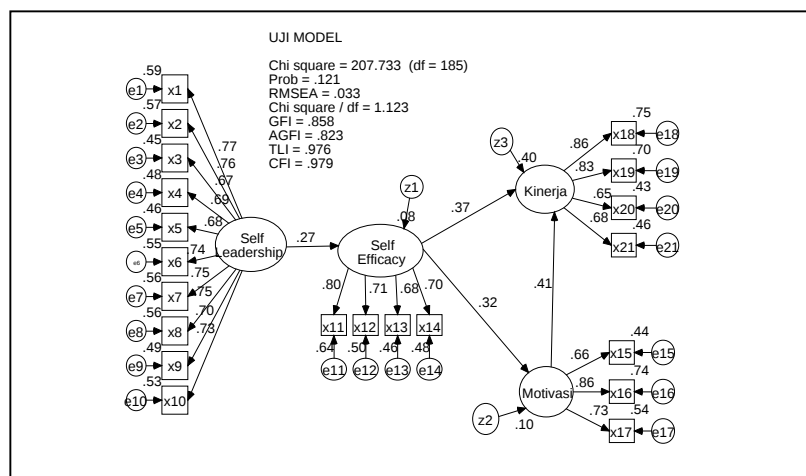
Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa semua konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria *goodness of fit* yang telah ditetapkan. Nilai probability pengujian goodness of fit menunjukkan nilai 0,201, dengan pengujian-pengujian kelayakan model yang memenuhi syarat sebagai model yang baik, kecuali untuk RMSA yang diterima pada kategori Marginal. Dengan demikian

kecocokan model yang diprediksikan dengan nilai-nilai pengamatan cukup memenuhi kecocokan modelnya.

Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Hasil pengolahan data untuk analisis *full model SEM* ditampilkan pada gambar, dan tabel berikut:

Gambar 7.
Hasil Pengujian Structural Equation Model (SEM)



Sumber : Data penelitian yang diolah, 2008

Pada gambar di atas adalah uji terhadap hipotesis model menunjukkan bahwa model ini sesuai dengan data atau fit terhadap data yang digunakan dalam penelitian. Hali ini juga terlihat pada tabel *Regression Weight*

Structural Equation Model, digunakan untuk melihat seberapa variabel self-leadership, self-efficacy, motivasi dan kinerja saling berpengaruh dengan masing-masing dimensi memiliki nilai C.R ≥ 2.00 berikut ini :

Tabel 5.
Regression Weights SEM

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Self_Efficacy	<---	Self_Leadership	.271	.109	2.486	.013	
Motivasi	<---	Self_Efficacy	.143	.054	2.646	.008	
Kinerja	<---	Motivasi	.759	.207	3.673	***	
Kinerja	<---	Self_Efficacy	.309	.091	3.407	***	
x10	<---	Self_Leadership	1.000				
x9	<---	Self_Leadership	1.055	.145	7.265	***	
x8	<---	Self_Leadership	1.118	.143	7.817	***	
x7	<---	Self_Leadership	1.202	.153	7.833	***	
x6	<---	Self_Leadership	1.013	.130	7.761	***	
x5	<---	Self_Leadership	.953	.134	7.100	***	
x4	<---	Self_Leadership	.993	.137	7.232	***	
x3	<---	Self_Leadership	.880	.127	6.951	***	
x2	<---	Self_Leadership	1.034	.131	7.922	***	
x1	<---	Self_Leadership	1.110	.139	8.005	***	
x14	<---	Self_Efficacy	1.000				
x13	<---	Self_Efficacy	.930	.150	6.202	***	
x12	<---	Self_Efficacy	.961	.149	6.439	***	
x11	<---	Self_Efficacy	1.117	.160	6.999	***	
x15	<---	Motivasi	1.000				
x16	<---	Motivasi	1.475	.223	6.626	***	
x17	<---	Motivasi	1.167	.182	6.412	***	
x18	<---	Kinerja	1.000				
x19	<---	Kinerja	1.019	.102	10.010	***	
x20	<---	Kinerja	.886	.119	7.416	***	
x21	<---	Kinerja	1.066	.138	7.735	***	

Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Tabel 6.
Hasil Pengujian Kelayakan Model Stuctural Equation Model (SEM)

Goodness of Fit Index	Cut-off Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
X ² – Chi-square	217.735, df = 185	207,733	Baik
Significance Probability	≥ 0,05	0,121	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,033	Marginal
GFI	≥ 0,90	0,858	Marginal
AGFI	≥ 0,90	0,823	Marginal
TLI	≥ 0,95	0,976	Baik
CFI	≥ 0,95	0,979	Baik

Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Uji terhadap model menunjukkan bahwa model ini fit terhadap data yang digunakan dalam penelitian seperti terlihat dari tingkat signifikansi sebesar 0,121 yang sesuai syarat ($>0,05$). Tingkat signifikansi terhadap Chi-square model sebesar 207,733, indeks TLI dan CFI berada dalam rentang nilai yang diharapkan meskipun AGFI, GFI dan RMSEA diterima secara marginal.

Pengujian Hipotesis

Langkah selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis sebagaimana diajukan pada bab sebelumnya. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan berdasarkan nilai *Critical Ratio (CR)* dari suatu hubungan kausalitas dari hasil pengolahan SEM. Ada 4 hipotesis yang diajukan. Tabel pengujian hipotesis dalam analisis AMOS adalah sebagai berikut :

Tabel 7.
Regression Weight Structural Equation Model

Regression Weight	Estimate	S.E.	C.R.	P
Self_Efficacy <--- Self_Leadership	.271	.109	2.486	.013
Motivasi <--- Self_Efficacy	.143	.054	2.646	.008
Kinerja <--- Motivasi	.759	.207	3.673	***
Kinerja <--- Self_Efficacy	.309	.091	3.407	***

Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Hipotesis 1: *Self Leadership* berpengaruh positif terhadap *self efficacy*.

Tabel 7 di atas menunjukkan bahwa pengaruh *self-leadership* terhadap *self-efficacy* ditunjukkan dengan C.R sebesar 2.486 yang memenuhi syarat yaitu >2.00 dan nilai p sebesar 0.013 yang memenuhi syarat

yaitu < 0.05 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 1 diterima.**

Hipotesis 2 : *Self efficacy* mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap motivasi

Tabel 7 di atas menunjukkan bahwa pengaruh *self-efficacy* terhadap motivasi

ditunjukkan dengan C.R sebesar 2.646 yang memenuhi syarat yaitu >2.00 dan nilai p sebesar 0.008 yang memenuhi syarat yaitu < 0.05 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 2 diterima**.

Hipotesa 3 : Motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja

Tabel 7 di atas menunjukkan bahwa pengaruh motivasi terhadap kinerja ditunjukkan dengan C.R sebesar 3.673 yang memenuhi syarat yaitu >2.00 dan nilai p sebesar 0.000 yang memenuhi syarat yaitu < 0.05 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 3 diterima**.

Hipotesa 4 : Self efficacy berpengaruh positif terhadap kinerja

Tabel 7 di atas menunjukkan bahwa pengaruh self-efficacy terhadap kinerja

ditunjukkan dengan C.R sebesar 3.407 yang memenuhi syarat yaitu >2.00 dan nilai p sebesar 0.000 yang memenuhi syarat yaitu < 0.05 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 4 diterima**.

Analisis Pengaruh

Analisis pengaruh untuk melihat seberapa kuat pengaruh suatu variabel dan variabel lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Interpretasi dari hasil ini akan memiliki arti yang penting untuk mendapatkan suatu pemilihan strategi yang jelas sesuai dengan kajian teoritis dan hasil pengujian hipotesis sebelumnya.

Pengaruh efek langsung, efek tidak langsung dan efek total dapat dilihat dalam tabel-tabel berikut ini :

Tabel 8.
Standardized Direct Effects

	Self_Leadership	Self_Efficacy	Motivasi	Kinerja
Self_Efficacy	.275	.000	.000	.000
Motivasi	.000	.318	.000	.000
Kinerja	.000	.369	.409	.000

Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa terdapat efek langsung dari *self-leadership* terhadap *self-efficacy* sebesar 0,275; demikian juga efek langsung dari *self-efficacy* terhadap

kinerja melalui motivasi adalah 0,369; serta efek langsung dari motivasi terhadap kinerja sebesar 0,409.

Tabel 9.
Standardized Indirect Effects

	Self_Leadership	Self_Efficacy	Motivasi	Kinerja
Self_Efficacy	.000	.000	.000	.000
Motivasi	.087	.000	.000	.000
Kinerja	.137	.130	.000	.000

Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Tabel 9 di atas menunjukkan efek tidak langsung dari masing-masing konstruk terhadap sebuah konstruk tertentu. Dari tabel di atas menunjukkan efek tidak langsung dari *self-leadership* terhadap kinerja melalui motivasi adalah sebesar 0,137. Serta efek tidak langsung *self-efficacy* terhadap kinerja adalah 0,130.

Dari kedua tabel diatas dapat disimpulkan bahwa yang memiliki efek langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja adalah *self-efficacy*. Tabel diatas menunjukkan bahwa efek langsung maupun tidak langsung *self-efficacy* terhadap kinerja melalui motivasi lebih besar (0,687) dibandingkan efek langsung maupun tidak langsung *self-efficacy* terhadap kinerja (130)

Tabel 10.
Standardized Total Effects

	Self_Leadership	Self_Efficacy	Motivasi	Kinerja
Self_Efficacy	.275	.000	.000	.000
Motivasi	.087	.318	.000	.000
Kinerja	.137	.499	.409	.000

Sumber : data penelitian yang diolah, 2008

Tabel 10 di atas menunjukkan efek total dari hasil perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung. Efek total *self-leadership* terhadap kinerja adalah sebesar 0,137 sedangkan efek total *self-efficacy* terhadap kinerja melalui motivasi adalah 0,499 ; serta efek total motivasi terhadap kinerja adalah 0,409.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pengaruh *self-efficacy* terhadap kinerja melalui motivasi lebih besar daripada pengaruh *self-efficacy* terhadap kinerja. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh *self-leadership* pada *self-efficacy* melalui motivasi terhadap kinerja lebih kecil daripada pengaruh *self-leadership* pada *self-efficacy* terhadap kinerja.

Simpulan Dan Implikasi Kebijakan

Pada bagian ini, beberapa hal yang akan disajikan peneliti adalah simpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, implikasi penelitian dan saran untuk penelitian mendatang.

Simpulan Pengujian Hipotesis Penelitian

Setelah dilakukan penelitian yang menguji keempat hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini, maka diambil kesimpulan atas hipotesis-hipotesis tersebut. Berikut ini kesimpulan peneliti atas keempat hipotesis yang ada dalam penelitian ini

Hipotesis 1: *Sel- leadership* berpengaruh positif terhadap *self-efficacy*

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi semakin tinggi *self-leadership* maka akan semakin tinggi pula *self-efficacy* dapat diterima. *Self-leadership* merupakan suatu proses dimana seseorang bertindak sesuai dengan kepentingannya untuk mencapai kontrol yang lebih baik pada kehidupannya. Dengan demikian sesuai penelitian yang dilakukan bahwa seorang IBO AMWAY yang memiliki kontrol diri lebih baik, maka persepsi *efficacy*-nya akan meningkat

Hipotesis 2 : *Self- efficacy* berpengaruh positif terhadap motivasi

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi semakin tinggi *self-efficacy* maka akan semakin tinggi pula motivasi dapat diterima. Artinya berdasarkan survei yang dilakukan pada IBO AMWAY membuktikan bahwa ada pengaruh positif *self-efficacy* terhadap motivasi. Semakin tinggi *self-efficacy* yang dimiliki IBO maka semakin tinggi pula motivasi IBO itu sendiri. Seseorang dengan *self-efficacy* tinggi, ketika menerima umpan balik negatif akan merespons dengan meningkatkan usaha dan motivasi, sedangkan dengan *self efficacy* rendah cenderung merasa minder dan rendah diri.

Hipotesis 3 : Motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja

Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan adanya hubungan positif antara motivasi dengan kinerja. Berdasarkan survei yang dilakukan pada IBO AMWAY membuktikan bahwa ada pengaruh positif motivasi terhadap kinerja. Semakin tinggi motivasi yang dimiliki maka semakin tinggi pula kinerja yang dihasilkan.

Hipotesis 4 : Self efficacy berpengaruh positif terhadap kinerja

Berdasarkan survei yang dilakukan pada IBO AMWAY bahwa ada pengaruh positif *self-efficacy* terhadap kinerja. Semakin tinggi *self-efficacy* yang dimiliki IBO maka semakin tinggi pula kinerja yang dihasilkan.

Implikasi Kebijakan yang disarankan untuk IBO AMWAY

1. *Self-leadership* merupakan suatu proses dimana seseorang bertindak sesuai dengan kepentingannya untuk mencapai kontrol yang lebih baik pada kehidupannya. Sesuai penelitian yang dilakukan bahwa seorang IBO AMWAY yang memiliki kontrol diri lebih baik, maka persepsi *efficacy*-nya akan meningkat.

2. Seseorang dengan *self-efficacy* tinggi, ketika menerima umpan balik negatif akan merespons dengan meningkatkan usaha dan motivasi, sedangkan dengan *self efficacy* rendah cenderung merasa minder dan rendah diri.
3. Semakin tinggi motivasi yang dimiliki maka semakin tinggi pula kinerja yang dihasilkan.
4. Semakin tinggi *self-efficacy* yang dimiliki IBO maka semakin tinggi pula kinerja yang dihasilkan.

Implikasi Kebijakan yang disarankan untuk IBO AMWAY

1. Dari model penelitian didapat beberapa kesimpulan yang antara lain bahwa *self-leadership* mempunyai pengaruh langsung terhadap *self-efficacy*, maka disarankan bagi IBO hendaknya melakukan peningkatan upaya peningkatan *self-leadership*nya dengan melakukan usaha-usaha peningkatan lain seperti; melakukan analisa pada diri sendiri untuk mengetahui tujuan jangka panjangnya sendiri, mengidentifikasi pola pemberian penghargaan pada diri sendiri, mengurangi kebiasaan yang memberi hukuman pada diri sendiri serta, berperilaku sesuai dengan perilaku yang diinginkan, berkomitmen untuk percaya dan menikmati pekerjaan, mencari pekerjaan yang menyenangkan serta menimbulkan kenyamanan, kemampuan mental untuk menghasilkan kinerja, pembahasan diri yang positif untuk memfasilitasi kinerja, penggunaan skenario positif dalam tempat yang efektif.
2. Perilaku seseorang yang memiliki *self-efficacy* tinggi adalah positif, bergerak ke arah sukses dan berorientasi pada tujuan. Selain meningkatkan perasaan mampu dalam melaksanakan tugasnya, IBO harus memiliki kemampuan yang lebih baik, senang terhadap pekerjaan yang menantang, serta IBO harus merasa

puas terhadap pekerjaan yang sedang dihadapi.

3. Pengaruh langsung terhadap kinerja untuk variabel motivasi merupakan yang paling besar dibandingkan dengan variabel yang lain, dengan usaha peningkatan pada motivasi ini mampu mencapai kinerja yang lebih baik, disarankan untuk melakukan upaya-upaya berikut : IBO harus mampu menetapkan tujuan dan mencapai tujuan yang realistis serta berkeinginan untuk mencapai level-level tertentu, IBO sebagai individu berusaha untuk disukai orang lain, serta membangun hubungan yang erat dengan IBO yang lain terutama *downlines*-nya, kemudian IBO harus menikmati persaingan dan bertanggung jawab, serta mampu mempengaruhi orang lain sehingga kinerja yang lebih baik dapat diraih.

Implikasi Kebijakan yang disarankan untuk Manajemen AMWAY.

1. Pihak manajemen khususnya penanggungjawab Amway Distribution Center (ADC), hendaknya melakukan pelatihan-pelatihan yang dirancang secara khusus untuk menumbuhkan dan meningkatkan *self-leadership* bagi IBO.
2. Untuk memperoleh perubahan yang positif mengenai *self-efficacy*, perlu dilakukan usaha-usaha melalui seminar-seminar mengenai produk knowledge; pelatihan-pelatihan yang sesuai seperti ; pelatihan bagaimana melakukan prospek terhadap calon *downline* serta bagaimana melakukan penjualan. Dari bekal tersebut diharapkan *self-efficacy* IBO akan meningkat dan jika berjalan dengan baik, diharapkan dampak dari proses ini akan terakumulasi dan menghasilkan outcomes yang menunjang kinerja IBO secara keseluruhan yang kemudian dapat diteruskan pada *downlines*-nya.
3. Motivasi merupakan dorongan untuk melakukan sesuatu. IBO merasa

terdorong untuk melakukan kegiatan seperti prospek di depan calon *downline* sampai dengan menjual produk tidak lepas dari motivasi, oleh karena itu seminar-seminar motivasi, atau inovasi dalam motivasi perlu diadakan untuk menunjang kinerja IBO AMWAY.

Daftar Pustaka

- Bandura, A. 1982. "*Self-Efficacy Mechanism in Human Agency*". American Psychologist. Vol.37, pp.122-47
- Bandura, A. 1986. *Social Foundations of Thought and Action : A Social Cognitive Theory*. Prentice Hall Englewood Cliff, N.J.
- Bandura, A. 1997. *Self Efficacy : Theoretical Perspective*. Prentice Hall Englewood Cliff, N.J.
- Bulletin Info APLI, Desember 2001. www.apli.com. Edisi Keenam
- Chasanah, Nur. 2008. *Analisis Pengaruh Empowerment, Self Efficacy, dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*. Thesis. www.perpustakaanjurnal.com.
- Cooper, R Donald and Emory, C, William, 1995. **Metode Penelitian Bisnis**. Edisi 5, Jilid 1. Terjemahan Bahasa Indonesia, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Dinta Rahmawaty dan Thinni Nurul Rochmah. 2014. "*Pengaruh Kompetensi Dan Self-Leadership Terhadap Kinerja Petugas Program Pengendalian Tuberkulosis (P2tb) Puskesmas Di Kabupaten Jember*". Jurnal

- Administrasi Kesehatan Indonesia Volume 2 Nomor 3 Juli-September
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fitranty Adirestuty dan Eri Wirandana. 2016. *Pengaruh Self-Efficacy Guru Dan Kreativitas Guru Terhadap Motivasi Belajar Siswa Dan Implikasinya Terhadap Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ekonomi*. Social Science Education Journal, 3 (2), 158-165. Website : <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/sosio-fitk>
- Gibson, J., Ivancevich, J., Donnelly, James H, Jr. 2002. *Organizations : Behavior, Structure, Process*. 11th Edition. Irwin. McGraw-Hill Company
- G.J. Harjono., B. Lumanauw., V.P.K. Lengkon. *Pengaruh kepemimpinan transformasional dan Self-Efficacy Terhadap Kinerja Pegawai PT. Air Manado*. Jurnal EMBA Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.1040-1049
- Gomes, Faustino Cardoso. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit Andi Offset. Jakarta.
- Gony, Roy. 1995. *Usahawan* (majalah). No. 3 Tahun XXIV Maret 1995. Halaman 22-23
- Gregory E. Prussia, Joe S. Anderson And Charles C. Manz. 1995. "Self-Leadership and Performance Outcomes : The Mediating Influence Of Self-Efficacy." *Journal of Organizational Behavior*. J. Organiz. Behav. 19, 523-538
- Hair, F.J., Anderson E.R., Latham L.R., And Black C.W. 1995. *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. Prentice Hall International Inc.
- Kreitner, R, dan Kinicki, A. 2005. *Perilaku organisasi*. Edisi Bahasa Indonesia. Salemba Empat Jakarta.
- Manopol, Yuyun. 2005. *Aksi Atraktif Bisnis MLM*. Swasembada (majalah), No.21/XXI/13-23 Oktober, P 2-4.
- Manz, C.C. (1986). "Self-Leadership : Toward an Expanded Theory of Self-Influence Processes in Organization". *Academy of Management Review*, Vol. 11, pp.585-600.
- Manz, C.C. and Neck, C.P. (2004). *Mastering Self-Leadership : Empowering Yourself for Personal Excellence*. 2nd Ed., perntice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Manz, C.C. & Sims, H.P., 2011. "The New Superleadership: Leading Others to Lead Themselves". California: Berrett-Koehler Publications.
- Manz, C.C and Sims, H.P. Jr. 1980. "Self-Management as Substitute for Leadership : a Social Paradox". *Economic And Industrial Democracy*, Vol. 7, PP.141-165.
- Manz, C.C and Sims, H.P. Jr. 2001. *New Super Leadership : Leading Other to Lead Themselves*. Berret-Koehler Publisher, San Fransisco, CA.
- Marnis dan Marzolina. 2010. "Pengaruh Self Leadership Terhadap Kinerja Karyawan PT. Perkebunan Nusantara V Riau". *Jurnal Ekonomi Unri* <https://ejournal.unri.ac.id>. Vol 18, No 04.

- Mas`ud, Fuad. 2004. *Survai Diagnosis Organisasional : Konsep dan Aplikasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Mc. Clelland and Davis G. Winter. 1971. *Motivating Economic Achievement*. The Free Press, New York. Collier-McMillan Limited, London
- McClelland, David. 1965. "Toward a Theory of Motive Acquisition". *American Psychologist*, hal 321-333.
- MIC. 2007. *The Secret Book of MLM, MLM Leader*. Cetakan Ketiga, PT. Menuju Insan Cemerlang, Surabaya.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Edisi Pertama, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Prabowo, Tina. 2005. *Aksi Atraktif Bisnis MLM*. Swasembada (majalah), No.21/XXI/13-23 Oktober, p 2-4.
- Prussia, E Gregory., Anderson, Joe S., Manz, Charles C. "Self-Leadership and Performance Outcomes: The Mediating Influence of Self-Efficacy" *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 19, No. 5 (Sep., 1998), pp. 523-538.
- Rifai, Veithzal dan Jauvani Sagala, Ella. 2013. "Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik". PT. Raja Grafindo Perada, Jakarta.
- Robbins & Judge. 2015. *Perilaku Organisasi*, Edisi Enam Belas. Salemba Empat, Jakarta.
- Soegiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Sembilan. CV. Alfabeta, Bandung
- Soelaeman, Henni T. 2005. *Trik Manajemen MLM*. Swasembada (majalah), No.21/XXI/13-23 Oktober, p 2-4.
- Turban, DB, Keoh, TL. April 1993 "Organizational Attractiveness : An Interactionist Perspective," *Journal of Applied Social Psychology*. hal 184-193
- Verheyen, Koen. 2007. [www.amway.co.id.clipping-237](http://www.amway.co.id/clipping-237)
- Wood, R. dan Bandura, A. 1989. "Social Cognitive Theory of Organizational Management". *Academy of Management Review* (14:3), PP. 361-384.