

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sebagai negara berkembang, Indonesia mempunyai tujuan di dalam pembangunan nasional yaitu untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang merata baik materil maupun spritual berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dan bertitik beratkan pada pembangunan ekonomi, namun tanpa mengesampingkan bidang lainnya (Palupy, 2018). Faktor ekonomi menjadi salah satu indikator kesuksesan negara berkembang. Untuk mengukur pembangunan ekonomi adalah penyerapan tenaga kerja. Peningkatan jumlah lapangan kerja dan jenis peluang kerja bagi masyarakat daerah merupakan tujuan utama dalam setiap pembangunan ekonomi (Panjawa, 2014). Masalah yang dihadapi ketenagakerjaan adalah jumlah penduduk yang bertambah setiap tahun. Tingginya angkatan kerja yang tidak diimbangi dengan penyedia lapangan kerja yang memadai akan menyebabkan pengangguran.

Menyikapi permasalahan tersebut, pemerintah dan pengusaha dapat bekerja sama berusaha untuk mencari solusi dan memberikan perhatian yang lebih serius agar dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang layak (Manuaba, 2016). Salah satu solusi dalam peningkatan jumlah lapangan kerja adalah dengan meningkatkan jumlah *entrepreneur* (pengusaha). Clelland (2013), menyatakan suatu negara bisa menjadi makmur bila terdapat *entrepreneur* (pengusaha) sedikitnya 2% dari jumlah penduduk negara tersebut. Fungsi dan peran adanya wirausaha dalam menentukan perkembangan dan kemajuan suatu bangsa telah dibuktikan oleh beberapa negara maju seperti Amerika dan Jepang. Di negara Amerika sampai saat ini sudah lebih dari 12% penduduknya menjadi pengusaha dan banyak terlibat langsung dalam kegiatan wirausaha. Hal tersebut menjadikan negara Amerika sebagai negara yang terus mengalami perkembangan dan kemajuan. Kemudian negara Jepang lebih dari 10% warganya sebagai pelaku wirausaha dan lebih dari 240 perusahaan Jepang skala kecil, menengah dan besar berdiri di wilayah Indonesia (Febrianto,2015).

Indonesia saat ini telah memasuki era globalisasi, hal itu ditandai dengan semakin berkembangnya dunia usaha dan mulai tumbuhnya wirausaha atau pengusaha. Istilah wirausaha (entrepreneur) di Indonesia menjadi sangat populer dalam dasawarsa terakhir. Hal ini diantaranya disebabkan oleh ketahanan wirausaha sebagai pengelola Usaha Kecil dan Menengah menantang badai krisis nasional yang terjadi saat itu. Oleh karena itu tidaklah berlebihan kiranya apabila wirausaha dianggap sebagai salah satu penggerak perekonomian nasional. Beberapa tahun terakhir, dukungan dari berbagai pihak untuk mewujudkan percepatan pertumbuhan di berbagai daerah melalui pembentukan wirausaha sangat besar, baik dari pemerintah, dunia usaha maupun dari perbankan. Kalangan dunia usaha menyambutnya melalui program-program berbentuk pembinaan usaha kecil dan menengah berupa bantuan pinjaman modal, pelatihan-pelatihan hingga bantuan pemasaran. Perkembangan dunia usaha ini menyebabkan makin tajamnya persaingan, oleh sebab itu perusahaan harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya sekaligus berkembang sesuai dengan visi, misi dan tujuannya (Agustina, 2011).

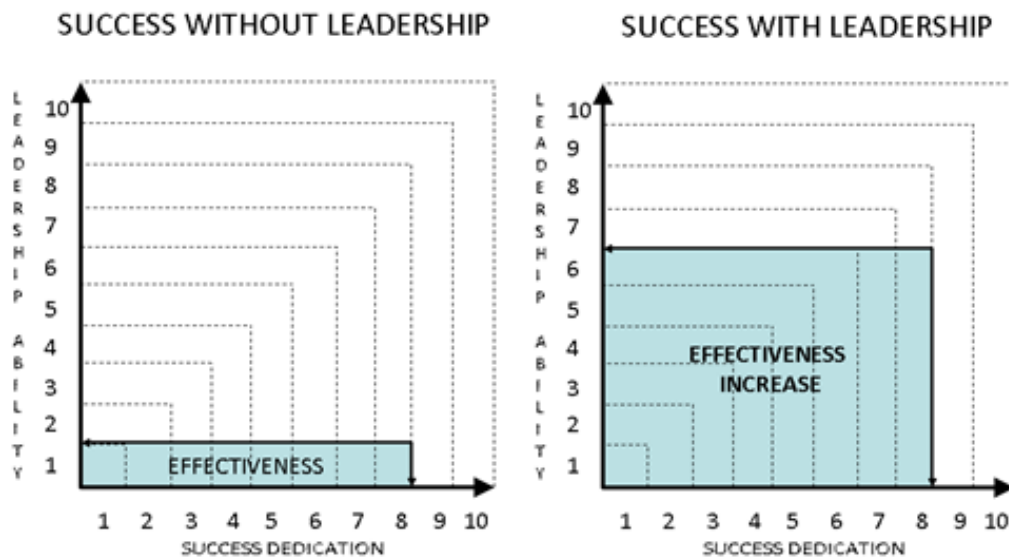
Ketua Umum Badan Pengurus Pusat Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (BPP HIPMI) Bahlil Lahadalia mengatakan, Indonesia saat ini membutuhkan pengusaha baru yang berkualitas dan terdidik yakni dari kalangan mahasiswa. Pengusaha yang memiliki latar belakang sarjana akan memiliki kemampuan meningkatkan kapasitas usaha serta akan kuat menghadapi persaingan yang semakin ketat di era masyarakat ekonomi Asean (MEA). “Daya saing mereka akan kuat, sebab secara pendidikan jauh lebih mumpuni,” Wirausaha tidak bergantung pada faktor keturunan atau bakat, tetapi sesuatu yang dapat dipelajari dan dikembangkan. Salah satu upaya dalam peningkatan kualitas wirausaha dan mencegah kegagalan pada wirausaha pemula adalah dengan diberikannya pelatihan atau pembinaan bisnis atau yang lebih dikenal *business coaching* (<http://finansial.bisnis.com>, 2016).

Menurut Laurencia Lina, ACC sebagai Executive Coach & Corporate Coach di Coaching Indonesia, *business coach* merupakan pelatih bisnis yang

terdiri dari orang-orang yang biasa melakukan pelatihan bisnis atau pendampingan bisnis terhadap *Startup* maupun wirausaha yang dimana latar belakang *business coach* sendiri tidak harus sebagai pembisnis, melainkan dapat juga seperti dosen, pegawai swasta, akademis, industry, dan bisa juga ibu rumah tangga atau siapapun yang sudah mengikuti pelatihan sebagai *business coach*. Di Indonesia sendiri *provider* dari *coach* business masih terbilang cukup terbatas, tetapi sudah banyak yang melakukannya seperti beberapa organisasi, perusahaan consultant dan juga yang dilakukan oleh pelatih-pelatih bisnis yang telah berpengalaman kemudian membuat workshop untuk menambah *coach business* yang ada di Indonesia

Presiden Direktur IBM Indonesia, Gunawan Susanto mengungkapkan bahwa setiap pemimpin membutuhkan *coach* pada acara talk show yang diadakan bersama *Coaching Indonesia Academy* tanggal 23 Juli 2016. Beliau mengungkapkan pernyataan tersebut karena beliau sendiri sampai saat ini masih memiliki *coach* dan mentor yang membantunya bertukar pikiran dalam mengembangkan organisasi. *Coaching* dan mentoring yang sudah membudaya di organisasi diyakini mampu mempercepat lahirnya talent baru untuk mengimbangi pertumbuhan pasar. (www.coachingindonesia.com, 2016).

Peran *business coach*, bertugas memprovokasi dan menggali potensi yang mungkin tidak bisa terlihat sendiri. (www.formulasibisnisindonesia.com, 2017). *Business coach* mendukung klien untuk memperbaiki kepribadian mereka dan efektivitas profesional dalam berbagai usaha. (Gale, Lijenstrand, Pardieu & Nebeker, 2002; dalam Gatling et al., 2013:337). *Business coach* pada sesi *business coaching* dapat membantu pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya. Crompton (2012), beliau menjelaskan *business coaching* merupakan gabungan dari proses, teknik dan teknik struktur yang digunakan dalam *coaching*.



Gambar 1.2

Success without leadership

Sumber: **Maxwell (1993)**

Sulitnya wirausaha Indonesia tumbuh menjadi lebih besar seperti di lihat dari gambar di atas yaitu karenannya rendahnya leadership. Dengan adanya leadership atau kepemimpinan dimana kita akan di hormati, dipercaya, bahasa yang jelas, emosi yang stabil dan pengetahuan yang mumpuni. Efektivitas usaha dapat meningkat dapat di lihat leadership meningkat dari 1 menjadi 7 dan efektivitas usaha meningkat dari 8 menjadi 56 atau naik 600%. Itulah sebabnya kepemimpinan sangat efektif untuk membuat bisnis menjadi lebih berkembang (Dewi, 2015)

Gaya kepemimpinan otentik (*authentic leadership*) sangat cocok jika diterapkan oleh seorang *business coach*. Karena membangun kepemimpinan yang otentik (*authentic leadership*) mengacu pada gaya kepemimpinan di mana pemimpin menunjukkan kepada orang lain keinginan yang asli dan jujur untuk memahami kepemimpinan mereka agar bisa melayani orang lain dengan lebih efektif (Walumbwa et al., 2008; dalam Gatling et al., 2013: 337). *Authentic Leadership* adalah sebuah istilah yang berkonotasi dengan keaslian. Artinya, yang disampaikan kepada pengikut sang pemimpin adalah hal yang nyata

dibandingkan dengan yang lain (Bishop, W.H., 2013:1). Authentic berasal dari bahasa Yunani yang berarti menjadi dirimu yang sesungguhnya. Dalam konteks kepemimpinan, dapat diartikan bahwa menjadi seorang pemimpin harus bertindak seperti seorang “pemimpin” (Jatmika, D. 2016).

Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa *authentic leadership* adalah faktor yang krusial dalam konteks business coaching (Gatling et al., 2013: 337). Terdapat empat komponen dalam *authentic leadership*, yaitu self-awareness, balanced processing, internalised moral perspective, dan relational transparency. Self-awareness dari seorang *business coach* mengacu pada sejauh mana *coach* menyadari kekuatan-kekuatan, keterbatasan-keterbatasan yang dimilikinya dan bagaimana *coach* mempengaruhi klien/*coachee*-nya. Balanced processing adalah bagaimana seorang *coach* mempertimbangkan semua pilihan dan melihat dari berbagai sudut pandang sebelum membuat keputusan penting. Internalised moral perspective, sejauh mana *business coach* membuat standar untuk pelaksanaan moral dan etika. Terakhir, *relational transparency* yang mewajibkan *business coach* bersikap terbuka untuk *feedback* dengan memberikan kesempatan kepada orang lain untuk mengungkapkan opini dan mengeluarkan ide-ide.

Hal tersebut membuktikan bahwa seorang *business coach* harus memiliki gaya kepemimpinan otentik. Karena seorang *coach* harus menunjukkan kepada *coachee*-nya keinginan yang asli dan jujur untuk memahami peran mereka dalam membimbing dan membina *coachee* dengan lebih efektif. Hal tersebut akan memicu terciptanya kepercayaan antara *coach* dengan kliennya. Berdasarkan hasil penelitian Roux (2010), yang berjudul *The Relationship Between Authentic Leadership, Optimism, Self-Efficacy And Work Engagement: an Exploratory Study*, didapatkan hasil bahwa kepemimpinan otentik dapat diukur dalam lingkungan organisasi. Hubungan antara kepemimpinan otentik dan keterlibatan kerja; kepemimpinan otentik dan optimisme; optimisme dan self-efficacy; dan hubungan antara self-efficacy dan keterlibatan kerja yaitu signifikan. Kepemimpinan otentik menunjukkan korelasi yang signifikan dengan self-efficacy, dan optimisme juga menunjukkan korelasi yang signifikan dengan

keterlibatan kerja. Model penelitian ini, pengamatan yang dibuat yaitu (A) perilaku kepemimpinan otentik ditunjukkan oleh para pemimpin seperti yang dirasakan oleh bawahan langsung berdampak terhadap tingkat keterlibatan kerja dalam organisasi, (B) perilaku kepemimpinan otentik ditunjukkan oleh para pemimpin seperti yang dirasakan oleh bawahan langsung tampaknya berdampak pada tingkat optimisme dan self-efficacy, maka mengakibatkan peningkatan tingkat keterlibatan kerja.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gatling et al. (2013), menyatakan bahwa *authentic leadership* memiliki hubungan yang signifikan dengan efektivitas *coaching*. Efektivitas *coaching* diukur dengan tiga variabel, yaitu keberhasilan *coaching*, keberhasilan business, dan keberhasilan personal. Peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara *authentic leadership* dengan keberhasilan personal (*self-efficacy*). Sehingga, Oleh karena itu, Peneliti ingin lebih fokus meneliti pada satu variabel yang mengukur *authentic leadership* terhadap *self-efficacy business coach*. Hal tersebut yang melatarbelakangi masalah dalam penelitian ini yang berjudul “Analisis Hubungan *Authentic Leadership* Terhadap Self-Efficacy Pada *Business Coach*”.

1.2 Perumusan Masalah

Wirausaha dianggap sebagai sebagai salah satu penggerak perekonomian nasional. Beberapa tahun terakhir, dukungan dari berbagai pihak untuk mewujudkan percepatan pertumbuhan di berbagai daerah melalui pembentukan wirausaha sangat besar, baik dari pemerintah, dunia usaha maupun dari perbankan. Hari Sungkari, Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), tingkat kegagalan start-up di Indonesia masih cukup tinggi. Salah satu penyebab kegagalan adalah karena kurangnya pembinaan pada saat perusahaan sedang mengembangkan bisnisnya. Saat seperti inilah dibutuhkan pendamping bisnis yang dapat mengembangkan potensi diri dan mengembangkan usaha. Salah satu yang dapat menjadi pendamping bisnis adalah seorang *business coach*.

Ada beberapa metode pembinaan dalam mengembangkan sebuah bisnis, seperti *training, mentoring, coaching, counseling, consulting*. Metode pembinaan

tersebut dapat diterapkan pada bisnis yang masih dalam tahap pengembangan. Indonesia sendiri sudah memiliki banyak perusahaan start-up yang masih perlu pembinaan. Metode pembinaan *Coaching* diyakini mampu melahirkan talent baru untuk mengimbangi pertumbuhan pasar. *Business coaching* membantu pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya. Seorang pelaku bisnis memerlukan seorang *business coach* untuk membantu bertukar pikiran dalam mengembangkan bisnisnya. Seorang *business coach* mendukung klien/*coachee*-nya dalam memperbaiki kepribadian mereka dan efektifitas profesional dalam berbagai usaha.

Dengan dilakukannya analisis hubungan *authentic leadership* terhadap *self-efficacy* pada *business coach* peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara *Authentic Leadership* dengan peningkatan *self-efficacy*. Hasil akhir yang diharapkan dari penerapan *Authentic Leadership* adalah peningkatan *self-efficacy* dari *business coach* yang nantinya berdampak pada meningkatnya kinerja dalam menyelesaikan tujuan dan tugas-tugasnya

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Apakah terdapat hubungan antara *authentic leadership* dengan *self-efficacy* pada *business coach*?
2. Apakah seorang *business coach* perlu memiliki karakteristik *authentic leadership* untuk mencapai *self-efficacy* pada *business coach*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya hubungan antara *authentic leadership* terhadap *self-efficacy* pada *business coach*.
2. Untuk mengetahui bahwa seorang *business coach* perlu atau tidak memiliki karakteristik *authentic leadership* untuk mencapai *self-efficacy* pada *business coach*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan bagi penulis dan seorang *business coach* mengenai peran *authentic leadership* terhadap peningkatan *self-efficacy* pada *business coach*.
2. Menjadi bahan perbandingan dan untuk dikembangkan lebih lanjut, serta menjadi referensi bagi peneliti berikutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada seorang *business coach* dan penelitian di bidang *business*, untuk mengetahui adanya hubungan antara *authentic leadership* terhadap *self-efficacy* pada *business coach* dan mengetahui bahwa seorang *business coach* perlu atau tidak memiliki karakteristik *authentic leadership* untuk mencapai *self-efficacy* pada *business coach*.
2. Sebagai bahan pemikiran, bahan pertimbangan, dan bahan informasi lainnya mengenai *authentic leadership* terhadap *self-efficacy* pada *business coach*.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *business coach* untuk mengetahui apakah ada hubungan antara *authentic leadership* terhadap peningkatan *self-efficacy* sebagai keberhasilan *personal efficacy*. Hal ini menjadi batasan bagi peneliti untuk tidak meneliti lebih luas dari bahasan tersebut. Sehingga penulis dapat memberikan hasil penelitian yang maksimal

1.8 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari Januari 2017 dan diperkirakan selesai pada Juni 2018.

1.9 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi yang terdapat dalam skripsi ini, maka sistematika penulisan skripsi disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian secara singkat mengenai gambaran umum perusahaan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batas penelitian dan sistematika penelitian tugas akhir.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bagian ini dikemukakan landasan teori yang relevan dengan topik pembahasan yang di jadikan sebagai dalam landasan pembahasan dan analisis penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai jenis penelitian variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dijelaskan tentang analisis dan pengolahan data yang dilakukan, interpretasi serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian serta saran yang berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.