

## Hubungan antara *Psychological Capital* dengan *Authentic Leadership* pada *Entrepreneur* Usaha Kecil di Jakarta Timur

NOOR ISTI MAHARDINI<sup>1</sup> DAN IMAN SUKHIRMAN<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia  
Kampus Baru UI - Depok 16424

<sup>1</sup>E-mail: noor\_isti\_mahardini@yahoo.com

<sup>2</sup>E-mail: drsiman@ui.edu

Diterima 15 Oktober 2009, Disetujui 22 Juni 2010

**Abstract:** The main objective of this study was to analyze the relationship between psychological capital and authentic leadership among small-scale entrepreneurs in East Jakarta. The study used quantitative approach and field study design. Respondents involved in this study were 111. Pearson's correlation statistics which was applied to analyze the data yielded correlation coefficient 0,405 with significant value 0.000 ( $p < 0.01$ ). This demonstrated a positive and significant relationship between psychological capital and authentic leadership among the small-scale entrepreneurs in East Jakarta. In short, the higher psychological capital, the greater authentic leadership, and the other way around.

**Key words:** capital, authentic leadership, entrepreneur, small scale business.

### PENDAHULUAN

Krisis ekonomi tahun 1998 di Indonesia menyebabkan banyak usaha besar yang mengalami kerugian bahkan gulung tikar. Berbeda dengan kenyataan tersebut, muncul fenomena yang memperlihatkan bahwa usaha kecil dapat terus bertahan dan bisa menjadi sektor yang penting dalam mendukung perekonomian nasional secara keseluruhan. Salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan dan kesuksesan dari suatu usaha, termasuk usaha kecil, adalah kualitas *entrepreneur* yang berada di belakang jalannya usaha tersebut.

*Entrepreneur* merupakan bagian penting dalam *entrepreneurship*. Schaper dan Volery (2007) mendefinisikan *entrepreneurship* sebagai proses, yang dibawa oleh individu, untuk mengidentifikasi kesempatan baru yang kemudian dijadikan produk atau jasa yang dapat dipasarkan. Terdapat lima faktor yang mempengaruhi *entrepreneurship*, yaitu individu (*entrepreneur*), kesempatan pasar, sumber daya yang adekuat, organisasi bisnis, dan lingkungan yang menguntungkan.

*Entrepreneur* memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan antara faktor-faktor tersebut secara bersamaan untuk menciptakan nilai baru.

*Entrepreneur* merupakan pusat pemimpin yang menangkap kesempatan, menyusun sumber daya untuk mengejar kesempatan dan membangun organisasi yang mengkombinasikan sumber-sumber daya yang dibutuhkan untuk memanfaatkan kesempatan yang ada (Schaper & Volery, 2007). Dapat dikatakan bahwa *entrepreneur* merupakan roda penentu dalam proses *entrepreneurship* agar terus berjalan dengan baik.

*Entrepreneurship* (kewirausahaan) dapat terjadi dalam berbagai lingkungan yang berbeda dan untuk menjadi seorang *entrepreneur* banyak cara yang bisa dilakukan. Salah satunya dapat terjadi dalam lingkup usaha kecil. Usaha kecil disadari sebagai sebuah bagian vital yang signifikan dari perekonomian dan merupakan kunci dari tujuan nasional seperti pembangunan kesejahteraan dan pengembangan tenaga kerja (Schaper & Volery, 2007). Ada tiga alasan yang melandasi pentingnya menumbuh kembangkan industri kecil dan rumah tangga. Pertama, industri tersebut menyerap banyak tenaga kerja (Simatupang, dkk dalam Kuncoro, 2003). Kedua, dari sisi kebijakan, kewirausahaan tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian besar angkatan kerja Indonesia, namun juga merupakan ujung tombak dalam upaya pengentasan kemiskinan. Ketiga, untuk daerah pedesaan, industri kecil dan

rumah tangga berperan sebagai pemberi tambahan pendapatan (Sandee *et al.*, dalam Kuncoro, 2003). Ditambah lagi, usaha kecil merupakan salah satu dari skala bisnis yang cukup tahan terhadap hantaman krisis ekonomi yang melanda Indonesia (Indarti, 2007). Dari kenyataan tersebut, dapat dilihat bahwa pengembangan usaha kecil merupakan aspek penting yang dapat mendukung kemajuan perekonomian nasional khususnya dalam segi usaha.

Dalam pembinaan kemampuan usaha kecil, *entrepreneur* merupakan faktor penentu yang penting. Seperti yang dikatakan Djokosantoso Moeliono (2003), kegagalan dan keberhasilan suatu organisasi sebagian besar bergantung pada kualitas pemimpinnya, bergantung pada bagaimana si pemimpin memimpin organisasinya. Kemampuan kepemimpinan, filosofi, dan gaya dari *entrepreneur* sangat penting terhadap proses usaha, hasil, dan kinerja dari organisasi (Bird, 1989). Memimpin sebuah organisasi, baik besar atau kecil bukanlah tugas yang mudah. Kita membutuhkan pemimpin yang dapat membangun organisasi, memotivasi pegawainya untuk bisa melayani konsumen, dan menciptakan nilai jangka panjang bagi para *shareholder*. Oleh karena itu, dibutuhkan pemimpin yang dapat memimpin dengan tujuan, nilai, dan integritas (George, 2003). Di Indonesia diperlukan pemimpin yang mempunyai kualitas tinggi, dedikasi, integritas, jujur, mau melayani dan memperhatikan anak buahnya (Astamoen, 2005).

Pendekatan *authentic leadership* merupakan pendekatan kepemimpinan bagi *entrepreneur* usaha kecil di Indonesia agar memiliki kualitas yang tinggi dengan tujuan, nilai, integritas dan dapat memenuhi kebutuhan dari orang-orang yang terlibat di dalam organisasinya. *Authentic leadership* merupakan pengembangan dari konsep *authenticity*. *Authenticity* merupakan bagian dari *positive psychology*, yang didefinisikan sebagai kepemilikan akan pengalaman personal diri, pikiran, emosi, kebutuhan, keinginan, kecenderungan atau kepercayaan mereka sehingga orang tersebut dapat bertingkah laku sesuai dengan dirinya sesungguhnya (Harter dalam Avolio *et al.*, 2007). *Authentic leadership* diperlihatkan sebagai pendekatan yang menciptakan kondisi dengan tingkat kepercayaan yang tinggi, yang membantu orang untuk membangun kekuatan mereka, memperluas pemikiran, kepekaan mengenai apa yang benar terhadap keputusan yang mereka ambil, dan untuk meningkatkan keseluruhan performa dari organisasi (Avolio *et al.* dalam Jensen & Luthans, 2006).

Terdapat empat komponen dari *authenticity* yang juga merupakan komponen pembentukan *authentic*

*leadership*, yaitu (1) *self-awareness*: mengembangkan pemahaman dan pengertian akan diri yang dapat membantu menetapkan pengambilan keputusan dan tingkah laku, (2) *balanced information processing*: kumpulan informasi mengenai diri yang tidak bias dan interpretasi berhubungan informasi tersebut baik positif maupun negatif, (3) *relational transparency*: tingkat keterbukaan yang tinggi, *self-disclosure*, dan kepercayaan dalam menjalin hubungan, dan (4) *ethical and moral perspective*: tingkah laku yang diarahkan oleh *core values*, kepercayaan, pikiran dan perasaan (Gardner, Avolio, & Walumbwa, 2005).

Pebisnis yang menunjukkan *authentic leadership*, akan lebih siap untuk bertahan menghadapi tantangan yang dihadapi oleh bisnis baru dan menyadari potensi dari visi yang dimilikinya (Luthans & Avolio dalam Jensen, 2006). Pendekatan kepemimpinan inilah yang akan membantu *entrepreneur* usaha kecil di Indonesia untuk dapat menjalankan dan mempertahankan usahanya tersebut.

Dalam mendukung kesuksesan usaha, *authentic leadership* perlu juga didukung oleh karakteristik dari *entrepreneur* yang berhasil. Hornaday (dalam Krueger, 1998) menjelaskan beberapa di antaranya, yaitu: *self-confidence* (percaya diri), *creativity* (kreativitas), *initiative* (inisiatif), *optimism* (optimisme), dan pengetahuan terhadap pasar. Kemudian ditambahkan lagi oleh Hornaday (dalam Winardi, 2003) karakteristiknya berupa: kepercayaan pada diri sendiri (*self-confidence*), penuh energi dan bekerja dengan cermat (*diligence*), kemampuan untuk menerima risiko yang diperhitungkan, memiliki kreativitas, fleksibilitas, reaksi positif terhadap tantangan-tantangan yang dihadapi, jiwa dinamis dan kepemimpinan, memiliki kemampuan untuk bergaul dengan orang-orang, kepekaan untuk menerima saran-saran, kepekaan terhadap kritik-kritik yang dilontarkan terhadapnya, pengetahuan (memahami) pasar, keuletan dan kebulatan tekad untuk mencapai sasaran-sasaran (*perseverance, determination*), banyak akal (*resourcefulness*), rangsangan atau kebutuhan akan prestasi, inisiatif, kemampuan untuk berdiri sendiri (*independent*), pandangan tentang masa yang akan datang (*foresight*), orientasi pada laba, sikap perseptif (*perceptiveness*), jiwa optimisme, keluwesan (*versatility*), dan pengetahuan atau pemahaman tentang produk dan teknologi.

Karakteristik *entrepreneur* dengan kepercayaan diri, optimisme, reaksi positif terhadap tantangan-tantangan, keuletan dan tekad untuk mencapai tujuan, dan fleksibilitas (terutama dalam menghadapi masalah) merupakan bagian dari komponen

*psychological capital*. *Positive psychological capital*, yang dirancang berdasarkan *positive organizational behavior* (POB), mendorong pemahaman dari apa yang “benar” pada diri seseorang dan memfokuskan pada kekuatan psikologis yang membuka terjadinya pengembangan, membuat individu menjadi dapat tumbuh berkembang dan menghasilkan performa positif pada diri individu tersebut (Jensen & Luthans, 2006).

*Psychological Capital* adalah perkembangan dari *psychological state* positif individu dan memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) memiliki kepercayaan diri (*self-efficacy*) untuk mengambil dan mengerahkan usaha agar berhasil pada pekerjaan yang menantang, (2) membuat atribusi positif (*optimism*) terhadap keberhasilan saat ini dan masa yang akan datang, (3) gigih menuju tujuan dan, saat dibutuhkan, mengalihkan jalan demi tercapainya kesuksesan tujuan (*hope*); (4) saat ditimpa masalah dan kesengsaraan, dapat bertahan dan bangkit kembali dan malah melebihi (*resiliency*) untuk mencapai kesuksesan (Avolio *et al.*, 2007). Karakteristik tersebut yang nantinya akan menentukan kontribusi dalam kesuksesan *entrepreneur* (Jensen & Luthans, 2006). Dalam hubungannya dengan *authentic leadership*, *psychological capital* merupakan *input* dan *outcome* dari *authentic leadership* itu sendiri (Avolio *et al.*, 2007).

Pemimpin sangat penting bagi kesuksesan suatu usaha. Namun demikian, pada kenyataannya masih sedikit sekali penelitian yang difokuskan pada *entrepreneur* sebagai pemimpin atau kekuatan psikologi yang mungkin berhubungan dengan tingkah laku kepemimpinan (Jensen & Luthans, 2006). Penelitian yang dilakukan oleh Susan M. Jensen dan Fred Luthans (2006) memperlihatkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self-perception authentic leadership* dari *entrepreneur* dengan keseluruhan pengukuran *psychological capital*. Penjelajahan hubungan antara *psychological capital* dan *authentic leadership* yang dapat memberikan *insight* demi mendukung dan mengembangkan *entrepreneur* menuju kesuksesan usaha belum pernah dilakukan di Indonesia. Menurut Astamoen (2005), di Indonesia, pemimpin yang ideal adalah pemimpin dengan panutan. Artinya, memimpin dengan keteladanan, jujur, tidak munafik, dan tidak serakah. Keteladanan positif yang sebaiknya selalu ada pada setiap pemimpin (Astamoen, 2005). Dengan mengetahui hubungan *psychological capital* dan *authentic leadership*, kita dapat mengetahui seberapa tinggi kualitas diri positif dari *entrepreneur* sebagai modal keteladanan positif dalam menjalankan usahanya tersebut, serta hubungannya dengan

*authentic leadership* yang didasari oleh kejujuran pada diri *entrepreneur* dalam usaha; sesuai dengan nilai yang ditanamkan dalam dirinya, pengelolaan informasi dalam usaha, dan keterbukaan kepada orang-orang yang terlibat di dalamnya. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat diketahui hubungan antara *psychological capital* dengan *authentic leadership* pada *entrepreneur* usaha kecil di Indonesia sebagai tambahan informasi bagi pengembangan kualitas usaha kecil.

DKI Jakarta merupakan ibukota negara di mana pusat sentra bisnis dan usaha nasional berada di dalamnya. Di antara Kotamadya lainnya di DKI Jakarta, Kotamadya Jakarta Timur merupakan kotamadya yang sangat mengkonsentrasikan program pemerintahan mereka pada pembinaan usaha kecil yang ada di wilayahnya. Dapat dilihat dari misi pemerintahan yang mereka emban yaitu untuk meningkatkan kelembagaan bagi usaha kecil (<http://www.jakarta.go.id/jaktim/informasi/pemerintahan/sambutan.asp>). Pada kenyataannya daerah Jakarta Timur banyak melakukan pembangunan dalam sentra usaha terutama usaha kecil dan rumah tangga. Realisasi bentuk pembangunan yang mereka lakukan seperti adanya Perkampungan Industri Kecil (PIK) di Penggilingan yang merupakan salah satu sentra bisnis andalan terbesar di DKI Jakarta serta sebagai basis pertumbuhan ekonomi kerakyatan yang perlu terus ditumbuhkembangkan guna menghadapi era pasar bebas yang penuh tantangan, sentra usaha industri kecil, pasar dan pusat perbelanjaan (<http://www.jakarta.go.id/jaktim/informasi/bisnis/>).

Definisi Industri Kecil dan Rumah Tangga yang dimaksudkan dalam wilayah Jakarta Timur adalah perusahaan usaha industri pengolahan, termasuk jasa industri yang mempunyai pekerja 1-19 orang, baik berbadan hukum atau tidak (<http://www.jakarta.go.id/jaktim/informasi/statistik/perindustrian.asp>). Dari kenyataan tersebut, membuat peneliti memutuskan bahwa Jakarta Timur merupakan kotamadya yang sesuai untuk dijadikan sebagai populasi penelitian saat ini.

Melihat pentingnya penelitian mengenai hal yang berhubungan dengan pengembangan usaha kecil dan dari penjabaran kenyataan di atas, maka diputuskan untuk melihat hubungan antara *psychological capital* dengan *authentic leadership* pada *entrepreneur* usaha kecil di Jakarta Timur.

**Entrepreneur.** Definisi Turner (2002) tentang *entrepreneur* adalah:

“*an entrepreneur is a creative innovator who acting on initiative, seeks and maximizes opportunity, takes the required risk, and*

*energetically rides it to a worthwhile conclusion*".

Definisi tersebut menjelaskan bahwa seorang *entrepreneur* adalah seseorang inovator yang kreatif, memiliki inisiatif, dapat melihat dan memaksimalkan kesempatan, mengambil resiko yang dibutuhkan, dan secara enerjik menggabungkan hal tersebut sehingga tercapai kesimpulan yang bermanfaat.

Menurut tokoh Pendidikan Nasional Ki Moh. Said (dalam Astamoen, 2005), seorang *entrepreneur* tidak bersifat serakah mengambil hak orang lain dengan sewenang-wenang dan menghalalkan segala cara dalam mencapai tujuannya. *Entrepreneur* justru berwatak lahir batin, berbudi luhur, mampu menciptakan lapangan kerja bagi orang lain, dan menjaga lingkungan (Herawaty dalam Astamoen, 2005).

**Psychological Capital.** Avolio, Luthans dan Youssef (2007) mendefinisikan *Psychological Capital* atau *PsyCap*:

*"is an individual's positive psychological state of development and is characterized by: (1) having confidence (self-efficacy) to take on and put in the necessary effort to succeed at challenging tasks; (2) making a positive attribution (optimism) about succeeding now and in the future; (3) persevering toward goals and, when necessary, redirecting paths to goals (hope) in order to succeed; and (4) when beset by problems and adversity, sustaining and bouncing back and even beyond (resiliency) to attain success."*

*Positive Psychological Capital* atau *PsyCap* mendorong pemahaman dari apa yang "benar" pada diri seseorang dan memfokuskan pada kekuatan psikologis yang membuka terjadinya pengembangan, membuat individu menjadi dapat terus berkembang dan menghasilkan performa positif dalam diri (Luthans, Luthans et al, Luthans & Youssef dalam Jensen & Luthans, 2006).

*Psychological Capital* merupakan *state* positif dari individu. *State* melibatkan tingkah laku, pikiran, dan tindakan yang dapat dipelajari dan dikembangkan oleh hampir setiap orang (Ensvick, 2005). *State* dapat dijelaskan sebagai karakteristik yang sementara dari individu (Allport & Odbert dalam Feist & Feist, 2006).

Komponen dari *Psychological Capital* adalah sebagai berikut (Avolio, Luthans & Youssef, 2007): (1) memiliki kepercayaan diri (*self-efficacy*) untuk mengambil dan mengerahkan usaha agar berhasil pada pekerjaan yang menantang, (2) membuat atribusi positif (*optimism*) terhadap keberhasilan saat ini dan masa yang akan datang, (3) gigih menuju tujuan dan, saat dibutuhkan, mengalihkan jalan demi tercapainya kesuksesan tujuan (*hope*); (4) saat

ditimpa masalah dan kesengsaraan, dapat bertahan dan bangkit kembali dan malah melebihi (*resiliency*) untuk mencapai kesuksesan.

**Authentic Leadership.** Para ahli internasional dalam bidang *Authentic Leadership* mendefinisikan *Authenticity* sebagai:

*"owning one's personal experiences (values, thoughts, emotions and beliefs) and acting in accordance with one's true self" (expressing what you really think and believe and behaving accordingly)" (Gardner et al., 2005).*

Jadi, *authenticity* adalah pengetahuan terhadap diri sendiri, kepemilikan terhadap pengalaman pribadi (nilai, pikiran, emosi, dan kepercayaan), dan bertingkah laku sesuai dengan dirinya sendiri.

*Authentic Leadership* merupakan pengembangan dari konsep *authenticity* (Harter dalam Avolio, et al, 2007). *Authentic Leadership* adalah pendekatan yang menciptakan kondisi dengan tingkat kepercayaan yang tinggi, yang membantu orang untuk membangun kekuatan mereka, memperluas pemikiran, kepekaan mengenai apa yang benar terhadap keputusan yang mereka ambil, dan untuk meningkatkan keseluruhan performa dari organisasi (Avolio et al dalam Jensen & Luthans, 2006). Jadi dapat dikatakan seorang *authentic leader* adalah orang yang tidak hanya jujur kepada dirinya sendiri, tapi juga bertingkah laku dengan cara yang membuat bawahannya menjadi meningkat baik kesadaran diri maupun kekuatan psikologisnya (Luthans & Avolio dalam Jensen & Luthans, 2006). Orang tersebut dapat bertingkah laku sesuai dengan dirinya sesungguhnya, mengekspresikan diri dengan cara yang konsisten dengan perasaan dan pikiran dalam diri mereka (Harter dalam Avolio, et al., 2007).

Para ahli *Authentic Leadership* telah menjelaskan empat komponen dari *authenticity* yang juga merupakan komponen pembentukan *authentic leadership*, yaitu: (1) *self-awareness*: mengembangkan pemahaman dan pengertian akan diri yang dapat membantu menetapkan pengambilan keputusan dan tingkah laku, (2) *balanced information processing*: kumpulan informasi mengenai diri yang tidak bias dan interpretasi berhubungan informasi tersebut baik positif maupun negatif, (3) *relational transparency*: tingkat keterbukaan yang tinggi, *self-disclosure* dan kepercayaan dalam menjalin hubungan, (4) *ethical and moral perspective*: tingkah laku yang diarahkan oleh *core values*, kepercayaan, pikiran dan perasaan bukan hanya pada tekanan dari luar dan kepribadian (Gardner et al., dalam Levy & Bentley, 2007).

**Usaha Kecil.** Usaha Kecil menurut Katz dan

Green (2007) adalah:

"involves 1-50 people and has its owner managing the business on a day-to-day basis".

Definisi Industri Kecil dan Rumah Tangga menurut pemerintah kota Jakarta Timur adalah perusahaan usaha industri pengolahan, termasuk jasa industri yang mempunyai pekerja 1-19 orang, baik berbadan hukum atau tidak (<http://www.jakarta.go.id/jaktim/informasi/statistik/perindustrian.asp>).

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan, sebagaimana diatur dalam UU No.9 Tahun 1995 Pasal 5 (<http://www.kadin-indonesia.or.id>). Berikut kriteria yang dicantumkan dalam undang-undang tersebut: (1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau (2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), (3) Milik Warga Negara Indonesia; (4) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar; (5) Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

**Hipotesis.** Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *psychological capital* dengan *authentic leadership* pada *entrepreneur* usaha kecil di Jakarta Timur. Hipotesis null ( $H_0$ ) menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *psychological capital* dengan *authentic leadership* pada *entrepreneur* usaha kecil di Jakarta Timur.

## METODE

**Responden.** Responden dalam penelitian ini adalah: (1) *Entrepreneur* usaha kecil yang memiliki usaha di daerah Jakarta Timur, (2) memiliki anak buah berjumlah 1-19 orang, (3) berusia dari 20-50 tahun, (4) berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar, (5) berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi, (6) minimal pendidikan SMP (Sekolah Menengah Pertama).

**Variabel Penelitian.** Variabel dalam penelitian

ini adalah *Psychological Capital* dan *Authentic Leadership*. *Psychological Capital* adalah perkembangan dari *psychological state* positif individu dan memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) memiliki kepercayaan diri (*self-efficacy*) untuk mengambil dan mengerahkan usaha agar berhasil pada pekerjaan yang menantang, (2) membuat atribusi positif (*optimism*) terhadap keberhasilan saat ini dan masa yang akan datang, (3) gigih menuju tujuan dan, saat dibutuhkan, mengalihkan jalan demi tercapainya kesuksesan tujuan (*hope*); (4) saat ditimpa masalah dan kesengsaraan, dapat bertahan dan bangkit kembali dan malah melebihi kondisi sebelumnya (*resiliency*) untuk mencapai kesuksesan (Avolio, Luthans, & Youssef, 2007).

*Authentic Leadership* merupakan pengembangan dari konsep *authenticity*, di mana dalam *positive psychology*, didefinisikan sebagai kepemilikan akan pengalaman personal diri, pikiran, emosi, kebutuhan, keinginan, kecenderungan atau kepercayaan mereka. Sehingga orang tersebut dapat bertingkah laku sesuai dengan dirinya sesungguhnya, mengekspresikan diri dengan cara yang konsisten dengan perasaan dan pikiran dalam diri mereka (Harter dalam Avolio, Luthans, & Youssef, 2007).

Terdapat empat komponen *authenticity* yang juga merupakan komponen pembentukan *authentic leadership*. Keempat komponen tersebut adalah: (1) *Self-Awareness*: mengembangkan pemahaman dan pengertian akan diri yang dapat membantu menetapkan pengambilan keputusan dan tingkah laku; (2) *Balanced Information Processing*: kumpulan informasi mengenai diri yang tidak bias dan interpretasi berhubungan informasi tersebut baik positif maupun negatif; (3) *Relational Transparency*: tingkat keterbukaan yang tinggi, *self-disclosure*, dan kepercayaan dalam menjalin hubungan; (4) *Ethical and Moral Perspective*: tingkah laku yang diarahkan oleh *core values*, kepercayaan, pikiran dan perasaan bukan hanya pada tekanan dari luar dan kepribadian (Gardner, Avolio, & Walumbwa, 2005).

### Instrumen Penelitian.

***Psychological Capital.*** Alat ukur *psychological capital* diadaptasi dari *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) oleh Fred L. Luthans, Bruce J. Avolio, dan James A. Avey. PCQ memiliki jumlah item sebanyak 24. Pada penelitian kali ini, setelah dilakukan *pilot study*, jumlah item yang digunakan menjadi 19 buah. Penelitian ini menggunakan alat ukur *psychological capital* yang memiliki 19 item dengan format respon berupa skala Likert dengan 6 pilihan jawaban, sehingga masing-masing nilai responden adalah indeks yang berkisar antara 1-6. Indeks ini

merupakan hasil penjumlahan respon responden pada tiap item yang kemudian dibagi oleh jumlah item pada alat ukur (19).

**Authentic leadership.** Dalam mengukur *authentic leadership*, peneliti akan menggunakan alat ukur yang diadaptasi dari *The Authentic Leadership Questionnaire* (ALQ) yang disusun oleh Bruce J. Avolio, William L. Gardner dan Fred O. Walumbwa. Total item dalam alat ukur ini berjumlah 16 item. Dalam penelitian kali ini, setelah dilakukan *pilot study*, jumlah item yang digunakan menjadi 13 buah. Penelitian ini menggunakan alat ukur *authentic leadership* yang memiliki 13 item dengan format respon berupa skala tipe Likert dengan 5 pilihan jawaban, sehingga masing-masing nilai responden adalah indeks yang berkisar antara 0-4. Indeks ini merupakan hasil penjumlahan respon responden pada tiap item yang kemudian dibagi oleh jumlah item pada alat ukur (13). Semakin tinggi skor maka semakin tinggi *authentic leadership* dari subjek.

**Metode Analisis Data.** Metode yang digunakan adalah korelasi Pearson. Metode ini digunakan untuk melihat apakah ada hubungan antara *psychological capital* dan *authentic leadership*. Perhitungan statistik dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for Windows version 13.0*.

## HASIL

### Gambaran Umum *Psychological Capital*.

Dalam menggolongkan skor PC, dilihat norma yang didapat dari *mean* kelompok kriteria (PC tinggi, PC sedang dan PC rendah). Penggolongkan tersebut dilakukan dengan membagi jarak antara *z score* terendah dengan *z score* tertinggi PC menjadi 3 kriteria. Jarak di antara *z score* terendah (-2,27) dengan yang tertinggi (1,93) adalah sebesar 4,2. Jarak tersebut dibagi tiga menghasilkan jarak antar kategori sebesar 1,4.

Tabel 1. *Psychological Capital*

Kelompok	Range Raw Score	z score
PC Rendah	< 85	< -0,87
PC Sedang	85 - 97	-0,87 - 0,53
PC Tinggi	> 97	> 0,53

Terdapat 18 responden yang tergolong memiliki PC yang rendah, 61 responden yang memiliki PC yang tergolong sedang, serta 32 responden memiliki PC yang tergolong tinggi. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar *entrepreneur* usaha kecil di Jakarta Timur memiliki *psychological capital* yang sedang.

### Gambaran Umum *Authentic Leadership*.

Dalam menggolongkan skor AL, dilihat norma yang didapat dari *mean* kelompok kriteria (AL tinggi, AL sedang, dan AL rendah) dengan jangkauan 1 standar deviasi. Penggolongkan tersebut dilakukan dengan membagi jarak antara *z score* terendah dengan *z score* tertinggi AL menjadi 3 kriteria. Jarak di antara *z score* terendah (-2,647) dengan yang tertinggi (2,308) adalah sebesar 4,955. Jarak tersebut dibagi tiga menghasilkan jarak antar kategori sebesar 1,652.

Tabel 2. *Authentic Leadership*

Kelompok	Range Raw Score	z score
AL Rendah	< 29	< -0,996
AL Sedang	29 - 39	-0,996 - 0,656
AL Tinggi	> 39	> 0,656

Terdapat 15 responden yang tergolong memiliki AL yang rendah, 58 responden yang tergolong memiliki AL yang sedang, serta 38 responden tergolong memiliki AL yang tinggi. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar *entrepreneur* usaha kecil di Jakarta Timur memiliki *authentic leadership* yang sedang.

**Hubungan antara *Psychological Capital* dengan *Authentic Leadership*.** Diketahui bahwa koefisien korelasi antara *psychological capital* dan *authentic leadership* adalah sebesar 0,405 dan signifikan pada l.o.s 0,01 ( $p = 0,000$ ). Hal ini berarti terdapat korelasi positif yang signifikan antara *psychological capital* dengan *authentic leadership*, sehingga  $H_0$  ditolak. Karena memiliki korelasi positif yang signifikan, maka semakin tinggi *psychological capital*, semakin tinggi pula *authentic leadership*. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah *psychological capital*, semakin rendah pula *authentic leadership* yang dimilikinya.

## SIMPULAN

Terdapat korelasi positif yang signifikan antara *psychological capital* dengan *authentic leadership*. Dengan demikian, semakin tinggi *psychological capital*, semakin tinggi pula *authentic leadership* *entrepreneur* usaha kecil di Jakarta Timur.

Diperoleh simpulan tambahan sebagai berikut:

1. Secara umum, tingkat *psychological capital* responden kebanyakan berada pada tingkat sedang.
2. Komponen dari *psychological capital* yang memiliki skor mean paling tinggi adalah komponen *self-efficacy*.
3. Secara umum, responden memiliki tingkat *authentic leadership* yang kebanyakan tergolong

sedang.

4. Komponen dari *authentic leadership* yang memiliki skor mean paling tinggi adalah komponen *self-awareness*.

5. Komponen dari *authentic leadership* yang memiliki hubungan paling tinggi dan signifikan dengan *psychological capital* adalah komponen *self-awareness*.

6. Komponen *psychological capital* yang memiliki hubungan paling tinggi dengan *authentic leadership* adalah komponen *resiliency*.

## DISKUSI

Hasil utama penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *psychological capital* maka semakin tinggi pula *authentic leadership* pada *entrepreneur* usaha kecil di Jakarta Timur. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah *psychological capital*, semakin rendah pula *authentic leadership*-nya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Jensen dan Luthans (2006), yang memperlihatkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self-perception authentic leadership* dan *psychological capital*.

Komponen dari *psychological capital* yang memiliki skor *mean* paling tinggi adalah komponen *self-efficacy*. Dapat dikatakan dalam menjalankan usahanya, responden merasa lebih percaya diri dengan pengetahuan, kemampuan, dan keahlian yang mereka bawa ke dalam bisnis berpatokan pada etika kerja yang baik. Sesuai dengan pernyataan Stajkovic dan Luthans (dalam Enwick, 2005) yang menunjukkan bahwa *confidence* (kepercayaan diri) memiliki efek positif dalam kinerja kerja. Seseorang tidak dapat sungguh-sungguh memperoleh keyakinan mengenai kemampuannya untuk menyelesaikan tugas yang diberikan, kecuali dia berusaha untuk menjadi lebih baik dalam tugas tersebut. Jadi dapat dikatakan, kepercayaan diri *entrepreneur* yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kinerja kerja diri dalam usahanya tersebut.

Komponen *authentic leadership* yang memiliki skor *mean* paling tinggi adalah komponen *self-awareness*. Hal tersebut menunjukkan bahwa di antara komponen lainnya, responden paling tahu siapa diri mereka dan apa yang mereka percaya. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Gardner, Avolio, Luthans, May, dan Walumbwa (dalam Pennington, 2006) mengenai perkembangan *authentic leadership*, peningkatan *self-awareness* adalah merupakan komponen kunci dalam pengembangan *authentic leadership*.

Beberapa saran metodologis yang diajukan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya:

1. Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti menggunakan alat ukur yang telah teruji bebas dari bias budaya.

2. Berhubung jumlah item yang digunakan tidak banyak, sebaiknya saat dilakukan *field study* tidak perlu ada pengurangan jumlah item.

3. Ketika melakukan uji keterbacaan pada penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti melibatkan responden dari berbagai usia, jenis kelamin, jenjang jabatan, dan tingkat pendidikan yang berbeda dengan proporsi yang sama.

4. *Expert judgment* sebaiknya dilakukan oleh ahli yang benar-benar memahami mengenai *Positive Organizational Behavior*.

5. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan analisis yang lebih mendalam, agar diperoleh gambaran yang spesifik mengenai pengaruh *psychological capital* terhadap *authentic leadership*, pengaruh masing-masing komponen pengaruh *psychological capital* terhadap *authentic leadership*, dan pengaruh masing-masing aspek *authentic leadership* terhadap *psychological capital*.

6. Penelitian ini dilakukan di dengan populasi Jakarta Timur, akan tetapi untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai *psychological capital* dan *authentic leadership* pada populasi, sebaiknya sampel yang diambil disesuaikan dengan data populasi yang ada.

7. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian selanjutnya sebaiknya adalah metode *random sampling*. Jika tidak memungkinkan, peneliti diharapkan mengambil jumlah sampel dengan proporsi yang sama baik berdasarkan usia, jenis kelamin, jenis usaha, maupun tingkat pendidikan.

Saran praktis yang diajukan, antara lain:

1. Dalam upaya meningkatkan kesuksesan usaha kecil, *entrepreneur* perlu memperhatikan komponen-komponen *psychological capital* terutama kemampuan untuk meyakini dan mempercayai kemampuan yang dimilikinya agar sukses melaksanakan tugas yang ada sesuai dengan keadaan yang diinginkannya.

2. Para *entrepreneur* memperhatikan lagi *authentic leadership* yang mereka miliki demi kesuksesan usaha kecil yang mereka miliki. Komponen *authentic leadership* penting untuk diperhatikan terutama pemahaman dan pengertian akan diri sendiri.

3. Baik juga bagi pemerintah Jakarta Timur yang sedang gencar-gencarnya ingin mengembangkan usaha kecil di daerah tersebut untuk tidak lupa mengembangkan kemampuan dari pribadi *entrepreneur* tersebut. Salah satu caranya adalah dengan mengadakan penyuluhan mengenai pentingnya *psychological capital* dan *authentic leadership* untuk dikembangkan pada saat menjalankan usaha yang mereka miliki.

### DAFTAR PUSTAKA

- Astamoen, M. P. (2005). *Entrepreneurship: Dalam perspektif kondisi bangsa Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Avolio, B. J., Luthans, F., & Youssef, C. M. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. New York: Oxford University Press.
- Bird, B. J. (1989). *Entrepreneurial behavior*. USA: Scott, Foresman & Company.
- Enwick, B. (2005). Beyond human and social capital: The importance of positive psychological capital for entrepreneurial success. *The Entrepreneurial Executive* 10, 45-50.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2006). *Theories of personality* (6th ed.). New York: McGraw-Hill International Edition.
- Gardner, W., Avolio, B., Luthans, F., May, D., & Walumbwa, F. (2005). Can you see the real me? A self-based model of authentic leader and follower development. *The Leadership Quarterly*, 16, 343-372.
- George, B. (2003). *Authentic leadership: Rediscovering the secrets to creating lasting value*. USA: Jossey-Bass.
- Indarti, N. (2007). Cuplikan pengantar buku: *Entrepreneurship dan Usaha Kecil & Menengah*. Diakses dari <http://nurulindarti.wordpress.com/2007/06/21/cuplikan-pengantar-buku-entrepreneurship-dan-usaha-kecil-menengah-di-indonesia> pada Minggu, 7 September 2008 pukul 19.12.
- Jensen, S. M., & Luthans, F. (2006). Entrepreneurs as authentic leaders: Impact on employees' attitudes. *Leadership And Organization Development Journal*, 27, 646-651.
- Jensen, S. M., & Luthans, F. (2006). Relationship between entrepreneurs' psychological capital and their authentic leadership. *Journal of Managerial Issues*, 18, 254-275.
- Krueger, D. (1998). Personality characteristics of the small business entrepreneur. Diakses dari <http://proquest.umi.com/pqdweb> pada Kamis, 29 Januari 2009 pukul 11.20.
- Katz, J. A., & Green, R. P. (2007). *Entrepreneurial small business*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Kuncoro, M. (2003). Usaha kecil di Indonesia: Profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Usaha Kecil Indonesia*, hal. 1-19.
- Levy, L., & Bentley, M. (2007). *More 'right' than 'real': The shape of authentic leadership in New Zealand*. NZ: Business School, University of Auckland.
- Moeliono, D. (2003). *Beyond leadership: 12 konsep kepemimpinan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Pennington, P. (2006). Authentic leadership in the college classroom. *Academic Exchange Quarterly*. <http://www.articlearchives.com/education-training/education-systems-institutions/725854-1.html>. Diakses pada Selasa, 13 Januari 2009 pukul 18.15.
- Schaper, M. & Volery, T. (2007). *Entrepreneurship and small business (2nd Pacific Rim Ed.)* Milton Qld: John Wiley.
- Turner, C. (2002). *Lead to succeed: Creating entrepreneurial organizations*. USA: TEXERE.
- Undang-undang RI No. 9 Pasal 4 Tahun 1995 diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada Senin, 15 September 2008 pukul 09.15.
- Winardi, J. (2003). *Entrepreneur dan entrepreneurship*. Jakarta: Kencana.