

**ANALISIS HUBUNGAN *AUTHENTIC LEADERSHIP* TERHADAP *SELF-EFFICACY*
PADA *BUSINESS COACH*
ANALYSIS OF *AUTHENTIC LEADERSHIP* RELATION TO *SELF-EFFICACY* ON
*BUSINESS COACH***

Muhammad Yogi¹, Lia Yuldinawati²
Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
Muhammadyogi15@gmail.com¹
liyuldi@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Business coach sebagai pemimpin *coaching* membantu pelaku UMKM mengklarifikasi tujuan, sasaran bisnis, dan mengembangkan keterampilan serta menentukan sumber daya yang dibutuhkan untuk menjadi perusahaan yang sukses. Gaya kepemimpinan otentik (*authentic leadership*) diterapkan pada *business coach* dalam rangka meningkatkan *self efficacy* dari seorang *entrepreneur*. Penelitian ini dilakukan pada *business coach* dengan menggunakan *authentic leadership* sebagai variabel independen dan *self-efficacy* sebagai variabel dependen. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui adanya hubungan antara *authentic leadership* terhadap peningkatan *self-efficacy* pada *business coach*. Berdasarkan hasil kuesioner dengan 100 responden, persepsi *business coaches* terhadap variabel *authentic leadership* tergolong baik dan persepsi terhadap variabel *self-efficacy* tergolong sangat baik. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak ada persepsi buruk atau rendah yang dinilai oleh *business coaches* terhadap variabel *authentic leadership* dan *self-efficacy*. Berdasarkan hasil analisis korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara *authentic leadership* terhadap *self-efficacy* yaitu sebesar 0,509 menunjukkan arah hubungan yang positif dan termasuk ke dalam kategori sedang. Hubungan positif berarti bahwa semakin tinggi persepsi *business coaches* terhadap *authentic leadership* yang diterapkan, maka semakin tinggi tingkat *self-efficacy* yang dirasakan oleh *business coach*. *Authentic leadership* berkontribusi sebesar 25,9% terhadap *self-efficacy*. Hasil perhitungan kontribusi tersebut, dapat dijadikan sebuah prediksi bahwa *autherntic leadership* dapat berpengaruh kecil terhadap *self-efficacy* pada *business coach*.

Kata Kunci : *Business Coach, Coaching, Authentic leadership, Self-efficacy*

Abstract

Business coaches as a coaching leaders help SMEs to clarify goals, business goals, and develop skills and determine the resources needed to become successful companies. Authentic leadership style is applied to business coach in order to increase self efficacy from an entrepreneur. This research is conducted on business coach by using authentic leadership as independent variable and self-efficacy as dependent variable. This research aims to know authentic leadership relation to increase self-efficacy in business coach. Based on the results of questionnaires with 100 respondents, business coaches perceptions of the authentic leadership variables are good and the perception of the self-efficacy variable is very good. Thus, it can be concluded that there is no bad or low perception assessed by the business coaches against the variables of authentic leadership and self-efficacy. Based on the results of correlation analysis shows there is a positive relationship between authentic leadership to self-efficacy that is equal to 0,509 which shows the direction of a positive relationship and included in the category of being. A positive relationship means that the higher the business coaches' perceptions of authentic leadership are applied, the higher the level of self-efficacy perceived by the business coach. Authentic leadership contributes 25.9% to self-efficacy The results of the contribution calculation, can be a prediction that autherntic leadership can have little effect on self-efficacy in business coach.

Keywords : *Business Coach, Coaching, Authentic leadership, Self-efficacy*

1. Pendahuluan

Dewasa ini hal yang menjadi prioritas pemerintah dalam usaha pembangunan ekonomi nasional adalah dengan mengembangkan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) karena usaha tersebut mempunyai kontribusi secara sosial dan ekonomi. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional.

Sulitnya wirausaha Indonesia tumbuh menjadi lebih besar seperti karena rendahnya pengaruh *leadership*. Dengan adanya *leadership* atau kepemimpinan yang di hormati, dipercaya, bahasa yang jelas, emosi yang stabil dan pengetahuan yang mumpuni. Itulah sebabnya kepemimpinan sangat efektif untuk membuat bisnis menjadi lebih berkembang. Pencapaian yang diharapkan dari usaha yang tumbuh ditandai dengan meningkatnya jumlah tenaga kerja yang digunakan. Hal yang menjadi faktor dalam penumbuhan usaha yaitu modal, jumlah penjualan produk, daerah pemasaran yang menjadi target pasar hingga laba yang berkesinambungan, yang paling penting adalah rasa percaya diri *entrepreneur* terhadap kemampuannya dalam mengembangkan usaha. Peran seorang *entrepreneur* sebagai pemimpin bisnis sangat penting terhadap pengembangan bisnisnya (Dewi, 2015).

Lunenburg (2011), pada penelitiannya menjabarkan mengenai dampak dari self-efficacy mencakup berbagai topik seperti pelatihan dan pengembangan, bekerja sama, perubahan dan inovasi, kepemimpinan. Self-efficacy (keyakinan tentang kemampuan seseorang untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu) mempengaruhi tugas-tugas karyawan memilih untuk belajar dan tujuan yang mereka tetapkan untuk diri mereka sendiri. Empat sumber self-efficacy adalah kinerja masa lalu, pengalaman vicarious, persuasi verbal, dan isyarat emosional. Implikasi manajerial dan organisasi self-efficacy di tempat kerja yaitu pada perekrutan dan promosi keputusan, pelatihan dan pengembangan, dan penetapan tujuan. Efikasi diri juga berarti meyakini diri sendiri mampu berhasil dan sukses. Mereka yakin bahwa mempunyai energi (motivasi), sumber daya (faktor situasional), memahami tindakan yang benar (persepsi peran) dan kompetensi (kemampuan) mengerjakan tugas. Empat sumber *self-efficacy* adalah kinerja masa lalu, pengalaman *vicarious*, persuasi verbal, dan isyarat emosional.

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. Melihat dari dampak positif yang diberikan dalam *penerapan authentic leadership* pada optimisme self-efficacy dan keterlibatan kerja maka diasumsikan bahwa dengan akan didapatkan hasil yang positif apabila *authentic leadership* (gaya kepemimpinan otentik) diterapkan pada *business coaching*. Gaya kepemimpinan otentik (*authentic leadership*) diterapkan pada coaching dalam rangka meningkatkan *self efficacy* dari seorang *entrepreneur*.

Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa *authentic leadership* adalah faktor yang krusial dalam konteks *business coaching* (Gatling et al., 2013: 337). *Coaching* yang baik dapat menghasilkan kinerja lebih baik, kepuasan kerja yang memuaskan, meningkatkan motivasi dan meningkatkan *self-efficacy*. Dalam konteks *business coach*, *authentic leadership* adalah faktor penting dalam hubungan *coach-coachee* dimana *coach* sebagai pemimpin mendemonstrasikan kepada orang lain keinginan tulus untuk

memahami kepemimpinan mereka agar dapat melayani orang lain lebih efektif (Gatling *et al.*, 2013). 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. Oleh karena itu, Peneliti ingin lebih fokus meneliti pada satu variabel yang mengukur *authentic leadership* terhadap *self-efficacy business coach*.

2. Kajian Pustaka

2.1 Teori Terkait Penelitian

2.1.1 Bisnis

Pengertian bisnis menurut Griffin dan Ebbert (2007:4) adalah “Organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud mendapat laba.” Griffin dan Ebbert (2007:4) juga mendefinisikan laba sebagai selisih antara pendapatan dan pengeluaran bisnis yang mendorong orang untuk membuka dan memperluas bisnis.

2.1.2 Kepemimpinan

Menurut Robbins (2006), kepemimpinan merupakan kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok ke arah pencapaian (tujuan). Pemimpin tidak berdiri sendiri di samping, melainkan mereka memberikan dorongan dan memacu, berdiri di depan yang memberikan kemudahan untuk kemajuan serta memberikan inspirasi organisasi dalam mencapai tujuan.

2.1.3 *Authentic Leadership* (Kepemimpinan Otentik)

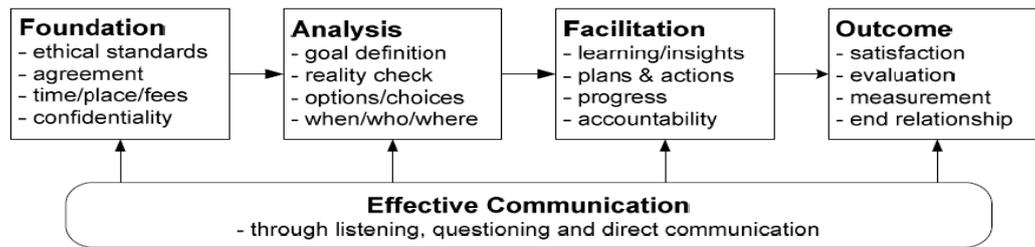
Walumbwa *et al.* (2008:94) mendefinisikan kepemimpinan otentik sebagai pola perilaku pemimpin yang memanfaatkan dan meningkatkan kapasitas psikologis positif dan iklim etis yang positif, untuk mendorong kesadaran diri yang lebih besar, perspektif moral yang diinternalisasi, pemrosesan informasi yang seimbang, dan transparansi relasional dari para pemimpin yang bekerja dengan pengikut, mendorong pengembangan diri yang positif. Walumbwa juga mengembangkan karakteristik *authentic leadership* (kepemimpinan otentik) ke dalam empat dimensi penting, yaitu : *Self-awareness*, *relational transparency*, *balanced processing*, *internalised moral perspective*. Pemimpin otentik bertindak sesuai dengan nilai-nilai pribadi yang mendalam dan keyakinan, untuk membangun kredibilitas, rasa hormat dan kepercayaan dari pengikut dengan mendorong beragam pandangan poin dan membangun jaringan hubungan kolaboratif dengan pengikut, sehingga mengarah sedemikian rupa bahwa pengikut mengakui sebagai otentik. Karena proses ini terjun ke pengikut, mereka juga dapat mulai beroperasi dengan cara yang sama, menggambarkan para pemimpin, kolega, pelanggan, dan stakeholder lain yang berkepentingan benar / keaslian nyata mereka, yang dari waktu ke waktu dapat menjadi dasar bagi budaya organisasi (Roux, 2010).

2.1.4 *Business Coaching*

Business coaching bertujuan untuk membuat perusahaan lebih kompetitif di pasar yang dinamis. Saat ini, eksekutif mengharapkan adanya kecerdasan emosional dan *soft skill* dari para manajer dan rekan kerja. Crompton (2012), menjelaskan *business coaching* merupakan gabungan dari proses, teknik dan teknik struktur yang digunakan dalam *coaching*, bersamaan dengan mentoring yang disampaikan oleh orang yang memiliki *business experience*. Literatur yang populer dan diterbitkan sampai saat ini telah memisahkan *coaching* dan Mentoring, biasanya melaporkannya sebagai dua fungsi terpisah (Goldberg, 2010; Stone, 1999 dalam Crompton, 2012).

2.1.5 *Coaching*

Istilah *coaching* lebih dikenal di dunia olah raga sebagai salah satu metode pelatihan, namun seiring dengan berkembangnya zaman, *coaching* mulai diimplementasikan pada kehidupan sehari-hari, bisnis, maupun hal-hal lain yang lebih spesifik (Salim, 2014:1). *Coaching* adalah bagaimana membantu seseorang menemukan apa yang diinginkan dari posisi dimana dia sekarang, dengan menggali sumber daya apa saja yang dibutuhkan, sikap mental yang harus dibangun dan teknik-teknik yang cocok dalam mengimplementasikannya.



Gambar 2.1 *Business coaching process framework*
Sumber: Crompton, B. M., 2012

2.1.6 Business Coach

Menurut Clason (2001) *Business coach* (pelatih bisnis) adalah pelatih yang terlatih secara profesional dengan latar belakang masalah bisnis, yang mengawasi, membantu, dan membimbing seorang pebisnis. Business coach dapat berupa pemilik bisnis yang akan membantu dalam memulai, dan mengembangkan bisnis kecil dari seorang *start up entrepreneur*. Pelatih Bisnis membantu mengklarifikasi tujuan dan sasaran bisnis dan membantu dalam mengembangkan keterampilan dan memperoleh sumber daya yang dibutuhkan untuk mengoperasikan perusahaan dengan sukses.

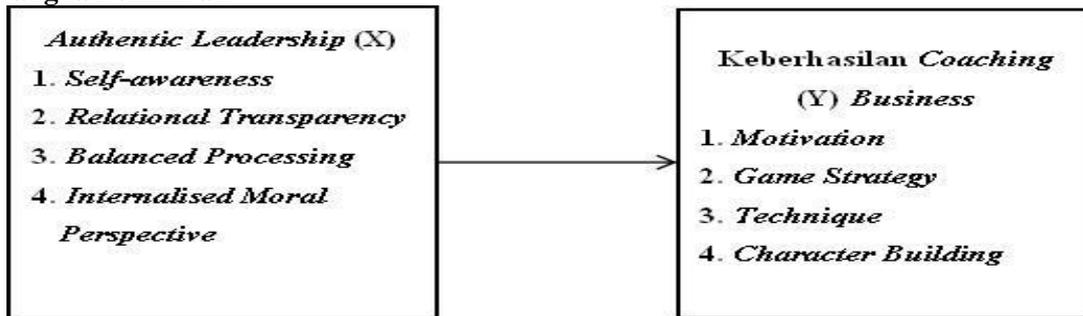
2.1.7 Self-Efficacy

Definisi dari *self-efficacy* adalah kepercayaan pada kemampuan seseorang untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang dibutuhkan untuk menghasilkan pencapaian yang diberikan. *Self-efficacy* dapat dipandang sebagai konsep kompetensi yang dirasakan. Beberapa ahli berpendapat bahwa *self efficacy* diperoleh banyak pengalaman kegagalan dan kesuksesan dalam berbagai ranah kehidupan individu juga penting untuk dipahami bagaimana seseorang dapat menghasilkan keyakinan umum tentang *self-efficacy*. Sedangkan, *Generalized self-efficacy* didefinisikan sebagai "penilaian seberapa baik seseorang dapat tampil di berbagai situasi". Keefektifan diri secara umum adalah keadaan motivasional karena melibatkan keyakinan individu tentang kemampuannya untuk melakukan dan berhasil dalam tugas di berbagai situasi.

2.2 *Authentic Leadership* dalam Konteks *Business Coaching*

Dalam konteks *business coaching*, *authentic leadership* adalah faktor penting dalam hubungan *coach* dengan klien atau *coachee* di mana pemimpin tersebut mendemonstrasikan kepada orang lain keinginan tulus dan asli untuk memahami kepemimpinan mereka agar dapat melayani orang lain dengan lebih efektif (Gatling *et al.*, 2013). Peneliti, organisasi, dan pemilik bisnis mulai menghargai peran yang dimainkan oleh *coaching* dalam aktivitas kepemimpinan sehari-hari (Ellinger, 2003 dalam Gatling *et al.*, 2013). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, *authentic leadership* terbukti dapat digunakan dalam konteks *business coaching*. Sesuai dengan hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Gatling *et al.* (2013: 345), yaitu "There was statistically significant evidence that *authentic leadership as measured by a 15-item revision of the ALQ scale is a valid construct in business coaches.*" Selain itu Gatling juga mengemukakan pendapat, sebagai berikut: "This study provides insights and practical applications that are useful to business coaches, business coaching enterprises and entrepreneurs who are looking to create or enhance business results through AL (*Authentic Leadership*). This research is also significant for the future development of business coaches as leaders and teachers due to the research results on AL's impact on business coaching effectiveness." Seorang *business coach* dapat menerapkan *authentic leadership* pada sesi *coaching business*-nya dalam upaya membantu meningkatkan atau mengembangkan bisnis. *Authentic leadership* juga terbukti memiliki dampak pada keefektifitasan *coaching*. Keefektifitasan *coaching* diukur dengan melihat tiga faktor, yaitu *coaching efficacy*, *business efficacy*, dan *personal efficacy* (Gatling *et al.*, 2013).

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

Sumber : Gatling *et al.* (2013) dan Kavussanu *et al.* (2008)

2.4 Hipotesis Penelitian

H₀: Tidak terdapat hubungan antara authentic leadership terhadap *self-efficacy* pada *business coach*.

H₁: terdapat hubungan antara authentic leadership terhadap *self-efficacy* pada *business coach*.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Karakteristik penelitian

Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian

No.	Karakteristik Penelitian	Jenis
1	Berdasarkan metode	Kuantitatif
2	Berdasarkan tujuan	Deskriptif
3	Berdasarkan tipe penyelidikan	Korelasional
4	Berdasarkan keterlibatan peneliti	Tidak mengintervensi data
5	Berdasarkan <i>setting</i> penelitian	<i>Non contrived setting</i>
6	Berdasarkan unit analisis	Individual
7	Berdasarkan waktu pelaksanaan	<i>Cross sectional</i>

Sumber: data diolah peneliti, 2017

3.2 Alat Pengumpulan Data

Menguraikan struktur penelitian atau masing-masing bagian penelitian menjadi bagian-bagian yang lebih operasional untuk mendapatkan data. Untuk penelitian kuantitatif meliputi: variabel, sub variabel, indikator, nomor item, dan skala (Dekan FEB, 2015). Alat pengumpulan penelitian ini menggunakan kuisioner.

3.3 Operasional Variabel

Peneliti mengambil dua variabel yang akan diukur, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Authentic Leadership (X)*, dengan dimensi sebagai berikut: *Self-Awareness*, *Balanced Processing*, *Internalised Moral Prespective*, & *Relational Transparency*. Skala yang digunakan adalah interval. Skala pengukuran yang dipakai adalah skala *likert*.

Tabel 2.. Skala *Likert* untuk Variabel Independent

Keterangan	Skor
Tidak sama sekali	1
Sesekali	2
Kadang-Kadang	3
Lumayan Sering	4
Sering Tetapi Tidak Selalu	5

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2017

Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keberhasilan *Coaching* (Y), dengan dimensi sebagai berikut: *Past Performance*, *Vicarious Experience*, *Verbal Persuasion* dan *Emotional Cues*. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut di beri nilai skor.

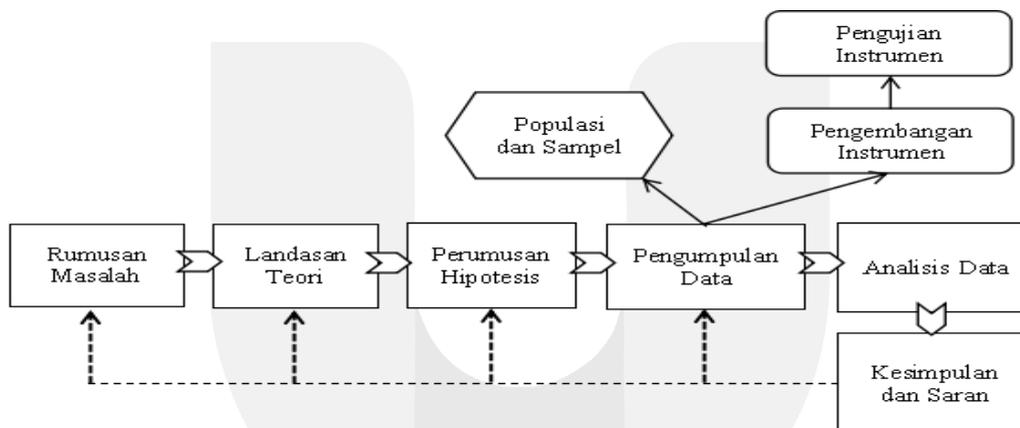
Tabel 3. Skala *Likert* untuk Variabel Dependent

Keterangan	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber : Jamaluddin Ahmad (2015 : 155)

3.4 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian kuantitatif digambarkan pada Gambar 3.1 di bawah ini:



Gambar 3.1. Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif

Sumber: Sugiyono, 2009

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi yang di ambil adalah seseorang *business coach* di Indonesia. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *sampling purposive*. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$n = \frac{\left(\frac{z\alpha}{2}\right)^2 \cdot pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimum

$\left(\frac{z\alpha}{2}\right)^2$ = nilai tabel disitribusi normal, α = taraf signifikan

p = Proporsi jumlah kuisisioner yang valid

q = Perkiraan proporsi kegagalan atau Proporsi jumlah kuisisioner yang tidak valid

e = *Margin of error* atau tingkat kesalahan

Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% dengan tingkat ketelitian (α) 5% sehingga diperoleh nilai $Z = 1,96$. Tingkat kesalahan atau *margin of error* yang digunakan adalah 10%. Dikarenakan variabilitas dalam suatu proporsi belum diketahui, maka diasumsikan $p = 0,5$ (untuk variabilitas maksimum) dan probabilitas kuesioner diterima atau ditolak masing-masing adalah 0,5. Berdasarkan perhitungan, maka jumlah sampel minimum yang diperoleh adalah sebanyak 96,04. Responden yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang.

3.6 Pengumpulan Data dan Sumber Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuisisioner. Tipe data yang digunakan oleh peneliti berdasarkan sumber, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber data

primer di dapat dari kuisioner sebagai sumber data langsung dari responden dengan tujuan mendapat informasi mengenai kedua variabel. Sumber sekunder pada penelitian ini berita dan artikel dan penelitian terdahulu.

3.7 Validitas dan Reabilitas

3.7.1 Validitas

Uji validitas dapat dilakukan menggunakan SPSS.

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
<i>Self-Awaranness</i>	AL 1	0,361.	0,589	Valid
	AL 2	0,361.	0,536	Valid
	AL 3	0,361.	0,597	Valid
	AL 4	0,361.	0,631	Valid
<i>Balanced Processing</i>	AL 5	0,361.	0,624	Valid
	AL 6	0,361.	0,735	Valid
	AL 7	0,361.	0,601	Valid
<i>Internalised Moral Perspective</i>	AL 8	0,361.	0,605	Valid
	AL 9	0,361.	0,608	Valid
	AL 10	0,361.	0,653	Valid
<i>Relational Parency Trans</i>	AL 11	0,361.	0,424	Valid
	AL 12	0,361.	0,393	Valid
	AL 13	0,361.	0,615	Valid
	AL 14	0,361.	0,369	Valid
	AL 15	0,361.	0,719	Valid
<i>Past performance</i>	SE 1	0,361.	0,906	Valid
	SE 2	0,361.	0,826	Valid
	SE 3	0,361.	0,706	Valid
<i>Vicarious experience</i>	SE 4	0,361.	0,837	Valid
	SE 5	0,361.	0,708	Valid
<i>Verbal Persuasion</i>	SE 6	0,361.	0,848	Valid
	SE 7	0,361.	0,876	Valid
<i>Emotional Cues</i>	SE 8	0,361.	1,000	Valid

Sumber : Data diolah oleh penulis

3.7.2 Reabilitas

Teknik yang digunakan dalam mengukur reabilitas adalah teknik Alpha Cronbach. Koefisien Alpha-Cronbach minimal 0,70 menunjukkan bahwa kuisioner memiliki tingkat reabilitas cukup baik.

3.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Statistik deskriptif yang digunakan adalah mean, median, modus, range, varianns, dan standar deviasi. Kemudian dilakukan analisis korelasi yang bertujuan untuk mengetahui apakah di antara dua buah variabel atau lebih terdapat hubungan, dan jika ada hubungan, bagaimana arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Pengujian hipotesis menggunakan program SPSS.

Kriteria Pengujian Hipotesis:

1. $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka H_1 diterima.

3.9 Analisis Regresi

Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah :

$$Y' = a - bX$$

Keterangan:

Y' = Subyek dalam variabel dependen yang dipresiksikan

a = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)

- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) terjadi penurunan.
- X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan melalui sms dengan menyebarkan melalui *personal chat* kepada orang yang menjadi responden pada penelitian ini. Rentang usia yang digunakan untuk menggambarkan responden adalah 15 hingga 64 tahun. Hal ini didasarkan pada usia produktif kerja di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik 2017. Dari jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 312 kuesioner, 183 kuesioner yang kembali dan 148 responden menjawab iya sebagai *business coach* untuk melanjutkan pengisian kuesioner. Dari jumlah kuesioner yang sah akan di pergunakan 100 kuesioner yang akan di teliti.

4.2 Hasil Analisis Deskriptif *Authentic Leadership*

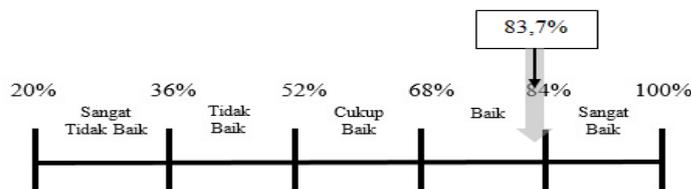
Analisis dilakukan pada masing-masing item pada 4 dimensi dari variabel *authentic leadership*, yaitu *self-awareness*, *balanced processing*, *internalised moral perspective*, *relational transparency* dan nilai dari hasil perhitungan kemudian akan diinterpretasikan dalam bentuk garis kontinum.

Tabel 4.1 Penilaian Variabel *Authentic Leadership*

No	Dimensi	Total Skor	Total Skor Ideal	%
1	<i>Self-Awareness</i>	1686	2000	84,3%
2	<i>Balanced Processing</i>	1268	1500	84,5%
3	<i>Internalised Moral Perspective</i>	1261	1500	84,1%
4	<i>Relational Transparency</i>	2062	2500	82,5%
Total		6277	7500	83,7%

Sumber: data yang telah diolah peneliti, 2018

Berdasarkan Tabel. 4.1 persentase penilaian berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel *authentic leadership* yang terbesar adalah berdasarkan dimensi *balanced processing* sebesar 84,5%. Sedangkan persentase penilaian terendah adalah dimensi *Relational Transparency* sebesar 82,5%. Skor ideal yang diharapkan untuk jawaban *coach* terhadap 15 pernyataan pada variabel *authentic leadership* adalah 7500. Persentase nilai yang diperoleh sebesar 83,7% atau 6277 dari skor ideal yaitu 7500. Dengan demikian, tanggapan *business coach* terhadap *authentic leadership* yang diterapkannya termasuk ke dalam kriteria baik. Apabila digambarkan ke dalam bentuk garis kontinum, akan terlihat seperti pada Gambar 4.1



Gambar 4.1 Garis Kontinum *Authentic Leadership*

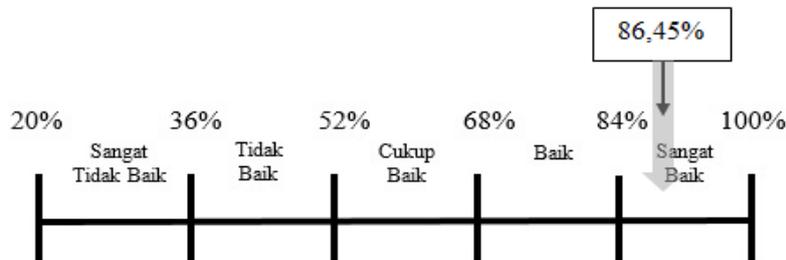
Sumber: data yang telah diolah peneliti, 2018

4.3 Hasil Analisis Deskriptif *Self Efficacy*

Tabel 4.2 Penilaian Variabel Keberhasilan *Coaching (Self Efficacy)*

No	Dimensi	Total Skor	Total Skor	%
1	<i>Past Performance</i>	1303	1500	86,9%
2	<i>Vicarious Experience</i>	858	1000	85,8%
3	<i>Verbal Persuasion</i>	858	1000	85,8%
4	<i>Emotional Cues</i>	858	1000	87,8%
Total		3458	4000	86,45%

Berdasarkan Tabel 4.2, persentase penilaian berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel *self efficacy* yang terbesar adalah berdasarkan dimensi *Emotional Cues* sebesar 87,8%. Sedangkan persentase penilaian terendah adalah dimensi *Vicarious Experience dan Verbal Persuasion* 85,8%. Skor ideal yang diharapkan untuk jawaban *coach* terhadap 8 item pernyataan pada variabel *self efficacy* adalah 4000. Persentase nilai yang diperoleh sebesar 86,45% atau 3458 dari skor ideal yaitu 4000. Dengan demikian, tanggapan *business coach* terhadap *self efficacy* yang dirasakan termasuk ke dalam kriteria sangat baik. Apabila digambarkan ke dalam bentuk garis kontinum, akan terlihat seperti pada gambar 4.2.



Gambar 4.2 Garis Kontinum Self Efficacy
 Sumber: data yang telah diolah peneliti, 2018

4.3 Hasil Tabulasi Silang

Hasil tabulasi yaitu terdapat 56 responden menyatakan setuju terhadap Self Efficacy dan sebanyak 71 responden menyatakan lumayan sering dalam menerapkan *authentic leadership*. Selain itu, hasil tabulasi silang menunjukkan menerapkan *authentic leadership* yang dirasakan lebih besar untuk responden yang setuju menerapkan Self Efficacy dibanding dengan sesekali menerapkan *authentic leadership*. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil perbandingan yang diperoleh, perbandingan antara 60% dari seluruh responden (*business coach*) yang menerapkan *authentic leadership* lumayan sering dan hanya 0% dari seluruh

4.4 Koefisien Determinasi

Setelah melakukan analisis korelasi *sperman rank*, analisis dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi. Hasil koefisien determinasi yang didapat sebesar 25,9%. Angka tersebut menunjukkan kontribusi *authentic leadership* terhadap Self Efficacy sebesar 25,9%, sisanya sebesar 74,1% kontribusi dari variabel lain yang tidak dimasukkan atau dibahas pada penelitian ini. Hasil persentase tersebut juga menunjukkan variabel *authentic leadership* dapat berpengaruh kecil terhadap Self Efficacy. Tetapi hal ini hanya menjadi prediksi semata, karena untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak harus dilakukan pengujian yang berbeda.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan analisis hubungan *authentic leadership* terhadap *self-efficacy* dengan menggunakan analisis deskriptif, tabulasi silang, dan analisis korelasi, di dapat kesimpulan :

1. Persepsi *business coaches* terhadap variabel *authentic leadership* tergolong baik dan persepsi terhadap variabel *self-efficacy* tergolong sangat baik. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak ada persepsi buruk atau rendah yang dinilai oleh *business coaches* terhadap variabel *authentic leadership* dan *self-efficacy*
2. Hasil analisis korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara *authentic leadership* terhadap *self-efficacy* yaitu sebesar 0,509 yang menunjukkan arah hubungan yang positif dan termasuk ke dalam kategori sedang. Hubungan positif berarti bahwa semakin tinggi persepsi *business coaches* terhadap *authentic leadership* yang diterapkan, maka semakin tinggi tingkat *self-efficacy* yang dirasakan oleh *business coach*. *Authentic leadership* berkontribusi sebesar 25,9% terhadap *self-efficacy* Hasil perhitungan kontribusi tersebut, dapat dijadikan sebuah prediksi bahwa *authentic leadership* dapat berpengaruh kecil terhadap *self-efficacy* pada *business coach*.

5.2 Saran

5.2.1 Aspek Teoritis

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh *authentic leadership* terhadap *self-efficacy* pada *business coach*, karena penelitian ini telah membuktikan adanya hubungan antara kedua variabel tersebut tetapi tidak dapat menguji pengaruh karena adanya batasan penelitian.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat melakukan penelitian dengan bahasan tentang *business coaching*, karena saat ini, penelitian tentang *business coaching* di Indonesia masih sedikit.

5.2.1 Aspek Praktis

Business coach diharapkan dapat meningkatkan kesadaran diri pada saat sesi *coaching* bisnis berlangsung. Hal ini dikarenakan pernyataan bahwa sikap *business coach* pada sesi *coaching*, menggambarkan kemampuan mereka memiliki nilai paling rendah pada variabel *authentic leadership*. Sehingga *business coach* juga diharapkan dapat menerapkan *authentic leadership* dengan baik, agar timbul rasa kepercayaan diri atas kemampuan yang dimiliki.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2017). Perusahaan, Tenaga Kerja, Pengeluaran untuk Tenaga Kerja dan Perubahan Modal Tetap Industri Besar dan Sedang, 2013-2015. [online]. Tersedia: <https://www.bps.go.id/index.php/linkTabelStatis/1965> [24 Oktober 2017].
- Badan Pusat Statistik. (2017, 27 April). Hasil Pendaftaran (Listing) Usaha/Perusahaan Sensus Ekonomi 2016. [online]. Tersedia: <https://www.bps.go.id/Brs/view/id/1404> [24 Oktober 2017].
- Crompton, B. M. 2012. The Effect Of Business Coaching And Mentoring On Small-To-Medium Enterprise Performance And Growth. *Business coaching and SME growth*, 19(1), 10-72.
- Dewi, S. R. 2015. Peran Kepemimpinan Transformasional Terhadap Peningkatan Efektivitas Coaching. *JBBE*, 8(1), 1-10.
- Gatling, A. R., Castelli, P. A., dan Cole, Matthew L. 2013. Authentic Leadership: The Role of Self-Awareness in Promoting Coaching Effectiveness. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 9(4), 337-347. Retrieved from Sage Publications.
- Griffin, R. W., dan Ebbert, R. J. 2007. *Business Essentials* (edisi 8). New Jearsey: Pearson Prentice Hall.
- Jatmika, D. 2016. Kepemimpinan Otentik (*Authentic Leadership*) [online]. Tersedia: <http://buletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/143-kepemimpinan-otentik-authentic-leadership> [24 Oktober 2017].
- Indrawati. 2015. Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi (cetakan kesatu). Bandung: PT Refika Aditama.
- Kavussanu, M., Boardley Ian D., Jutkiewicz Natalia, Vincent Samantha, and Ring Christopher, *The Sport Psychologist*. 2008. *Coaching Efficacy and Coaching Effectiveness: Examining Their Predictors and Comparing Coaches' and Athletes' Reports*. Vol 22, Page 383-404.
- Lunenburg, Fred C. 2011. *Self-Efficacy in the Workplace: Implications for Motivation and Performance*. Fred C. Lunenburg. *International Journal Of Management, Business, and Administration* Volume 14, No 1. Sam Houston State University.
- Roger A. Fedeciri. 2012. *Perceived Leadership Self-Efficacy and Coach Competence: Assessing a Coaching-Based Leadership Self-Efficacy Scale*. Frode Moen and Roger A. Federici. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring* Vol. 10, No. 2, August. 16 Pages. Norwegian University of Science & Technology, Norway
- Roux, Shayne. 2010. *The Relationship Between Authentic Leadership, Optimism, Self-Efficacy And Work Engagement: an Exploratory Study*. Tesis. Universitas Stellenbosch.
- Walumbwa, F.O., Avolio, B.J., Gardner, W.L., Wernsing, T.S. & Peterson, S.J. 2008. *Authentic leadership: Development and validation of a theory-based measure*. *Journal of Management*, 34(1), 89–126. doi:10.1177/0149206307308913
- Yukl, G. 2015. *Kepemimpinan dalam Organisasi*. Jakarta Barat: Indeks.