

Pengaruh Self Leadership Terhadap Entrepreneurial Orientation Generasi Z Universitas Telkom

Novitasari Butar Butar¹, Triaji Prio Pratomo²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia shashadaaa@gmail.com

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

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penguatan self-leadership sebagai kompetensi pribadi yang berperan dalam membentuk orientasi kewirausahaan di kalangan generasi Z, khususnya mahasiswa. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh self-leadership terhadap entrepreneurial orientation, serta menguji peran moderasi perceived support dalam hubungan tersebut. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Telkom generasi Z dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode snowball sampling, dimulai dari 30 responden kunci yang dipilih berdasarkan kriteria kemudahan akses dan kesediaan berpartisipasi. Melalui proses berantai, jumlah responden berkembang hingga mencapai 145 orang, seluruhnya merupakan mahasiswa Generasi Z Universitas Telkom. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menjangkau populasi yang tidak terdata secara formal namun relevan dengan fokus penelitian.

Pengolahan data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa self-leadership berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurial orientation, dengan nilai koefisien sebesar 0,887 dan t-statistic sebesar 15,573 ($p < 0,001$). Di antara ketiga dimensi pembentuk self-leadership, self-regulation memberikan kontribusi paling dominan. Selain itu, perceived support terbukti memperkuat hubungan antara self-leadership dan entrepreneurial orientation, meskipun signifikansinya berada di ambang batas minimal. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan memimpin diri sendiri dan persepsi terhadap dukungan lingkungan memainkan peran penting dalam membentuk semangat kewirausahaan mahasiswa. Implikasi dari hasil ini menekankan pentingnya intervensi institusional yang mendukung pengembangan kepemimpinan pribadi dan ekosistem kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi.

Kata Kunci: Self-leadership, Entrepreneurial Orientation, Perceived Support, Generasi Z, Mahasiswa

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan jumlah sekitar 74,9 juta jiwa atau 27,94 % penduduk Indonesia, Generasi Z kini menjadi bonus demografi terbesar sekaligus kohort digital-native pertama yang sejak kecil hidup dikelilingi gawai, internet, dan media sosial (IDN Times Research, 2024; Prensky, 2001). Paparan teknologi sepanjang hidup ini menumbuhkan literasi digital tinggi, pola pikir eksploratif, dan kecenderungan untuk mencari kebenaran serta keaslian dalam setiap interaksi (McKinsey & Company, 2018). Kesadaran kewirausahaan juga tinggi, survei internasional menunjukkan 76 % Gen Z ingin menjadi bos bagi diri sendiri dan bersedia mengambil risiko finansial signifikan demi memulai bisnis (Santander UK, 2024).

Pada skala makro, UMKM menyumbang sekitar 61 % PDB Indonesia dan menyerap 97 % tenaga kerja nasional, menjadikannya tulang punggung ekonomi (BPS, 2023; Kadin Indonesia, 2023). Di Universitas Telkom, tercatat 29 UMKM mahasiswa dengan laba rata-rata sekitar Rp 5 juta per bulan lahir sepanjang 2023, memanfaatkan ekosistem inkubator bisnis, mentor dosen, dan jejaring alumni (BPA Telkom University, 2023). Sinergi antara karakter digital Gen Z dan signifikansi ekonomi UMKM inilah yang menjadi fondasi penelitian, memotret bagaimana generasi muda kampus teknologi mengintegrasikan kecakapan personal dengan peluang pasar untuk menciptakan nilai ekonomi baru. Fenomena UMKM Gen Z di Telkom University menarik karena mempertemukan dua potensi strategis: karakter digital-savvy Gen Z dengan ekosistem kampus TI unggul yang menyediakan inkubator bisnis, program kewirausahaan, serta dukungan akademik dari dosen dan alumni. Selain itu, secara nasional, Gen Z mulai meningkat menjadi pelaku UMKM, terdata sekitar 1.606 wirausahawan Gen Z pada 2023 (Databoks, 2023), menunjukkan tingginya kesadaran dan keinginan berwirausaha di kalangan muda. Kombinasi ini menjadikan penelitian sangat relevan untuk mengeksplorasi dinamika internal dan eksternal di balik keberhasilan UMKM Gen Z di lingkungan kampus berbasis teknologi.

Sebagai lanjutan dari eksplorasi fenomena UMKM Generasi Z di Telkom University, penelitian ini perlu didukung oleh landasan teoritis yaitu Teori self leadership, sebagaimana diperkenalkan oleh Manz (1986) dan dikembangkan oleh Houghton & Neck (2002), menjelaskan bahwa penggunaan strategi seperti penetapan tujuan pribadi, penghargaan intrinsik, dan dialog kognitif konstruktif mampu meningkatkan perilaku inovatif dan proaktif dua dimensi utama entrepreneurial orientation (EO). Bukti empiris mendukung hal ini. Qomari, Sanusi, dan Supanti (2021) menemukan hubungan positif

signifikan antara *self-leadership* dan EO serta kinerja UMKM di Indonesia, dengan komitmen organisasi sebagai mediator parsial. Di Amerika Serikat, Houghton, Carnes, dan Ellison (2014) melaporkan bahwa pelatihan *self-leadership* selama enam minggu berhasil meningkatkan skor inovasi dan proaktivitas mahasiswa bisnis secara signifikan. Selanjutnya di Eropa, Boling, Pieper, dan Johnson (2015) menemukan bahwa *self-leadership* memperkuat hubungan antara orientasi pasar dan inovasi produk, menegaskan peran *self-leadership* sebagai katalis dalam EO. Selain itu, Liu, Gorgievski, Qi, dan Paas (2022) menunjukkan bahwa persepsi dukungan dari universitas turut memaksimalkan efek *self-leadership* terhadap niat wirausaha dan keberanian mengambil risiko di kalangan mahasiswa di Tiongkok. Konsistensi temuan dari berbagai konteks ini menguatkan argumen bahwa *self-leadership* merupakan prediktor kuat bagi EO dan menyediakan pijakan psikologis penting bagi generasi muda digital-savvy untuk menjalankan orientasi kewirausahaan mereka secara efektif.

Oleh karena itu, model konseptual dalam penelitian ini dirumuskan berdasarkan bukti empiris yang menunjukkan bahwa *self-leadership*, sebagai variabel independen, memiliki pengaruh langsung terhadap entrepreneurial orientation (EO), yang berperan sebagai variabel dependen. Landasan teoritis ini mengacu pada kerangka yang dikemukakan oleh Manz (1986) dan Houghton & Neck (2002), di mana strategi internal seperti penetapan tujuan diri, penghargaan intrinsik, dan dialog internal konstruktif, berkontribusi terhadap inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko (dua dari tiga dimensi utama EO). Hubungan ini telah dieksplorasi dalam studi sebelumnya, misalnya oleh Qomari, Sanusi, & Supanti (2021) yang menemukan korelasi positif signifikan antara *self-leadership* dan EO dalam konteks UMKM Indonesia. Untuk memperkaya pemahaman kontekstual, penelitian ini menambahkan *perceived support* sebagai variabel moderasi—tidak terbatas pada dukungan institusional saja, tetapi mencakup dukungan berwujud (*tangible*) dalam bentuk fasilitas kampus seperti akses inkubator, pendanaan, dan program mentoring, serta dukungan tak berwujud (*intangible*) seperti dorongan emosional dan kepercayaan yang diberikan keluarga mahasiswa wirausaha. Makai & Dóry (2023) menunjukkan secara empiris bahwa dukungan universitas berhubungan signifikan dengan peningkatan EO mahasiswa melalui peningkatan *perceived behavioral control*, sementara Liu et al. (2022) menemukan bahwa persepsi dukungan kampus turut memfasilitasi konversi niat wirausaha mahasiswa menjadi tindakan nyata. Secara teoritis, relevansi dimensi berwujud maupun tak berwujud ini dapat dijelaskan melalui *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1986), yang menekankan interaksi timbal balik antara faktor personal, perilaku, dan lingkungan sosial. Dalam kerangka tersebut, *perceived support*, baik berupa fasilitas konkret maupun dukungan emosional ekosistem bertindak sebagai faktor lingkungan yang memperkuat *self-efficacy* dan meningkatkan probabilitas terwujudnya perilaku kewirausahaan sebagai hasil dari *self-leadership* yang efektif.

B. Identifikasi masalah

1. Apakah *self-leadership* berpengaruh terhadap entrepreneurial orientation pada mahasiswa Generasi Z pengelola UMKM di Universitas Telkom?
2. Apakah *perceived support* memoderasi pengaruh *self-leadership* terhadap entrepreneurial orientation pada populasi tersebut?

II. TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN

A. Self Leadership Theory

Self leadership merupakan kemampuan individu untuk mengarahkan, memotivasi, dan mengelola dirinya sendiri agar bertindak secara efektif dalam mencapai tujuan (Manz, 1986; Manz dan Sims, 2001). Strategi ini mencakup dua pendekatan utama yaitu *behavioral focused strategies* seperti *self goal setting*, *self observation*, *self reinforcement*, dan *environmental management* serta *cognitive focused strategies* seperti *self talk* dan *mental imagery* (Manz, 1983). Dimensi utamanya meliputi *self awareness* yaitu kesadaran terhadap kekuatan dan nilai pribadi (Salovey dan Mayer, 1990), *self regulation* yaitu kemampuan mengendalikan respons diri saat menghadapi tekanan (Manz, 1986), dan *self motivation* yaitu dorongan internal untuk menetapkan dan mencapai tujuan tanpa tergantung pada penghargaan eksternal (Neck dan Houghton, 2002). *Self leadership* memungkinkan individu untuk bertindak mandiri, mengambil inisiatif, serta meningkatkan efektivitas dalam menghadapi tantangan.

B. Social Cognitive Theory

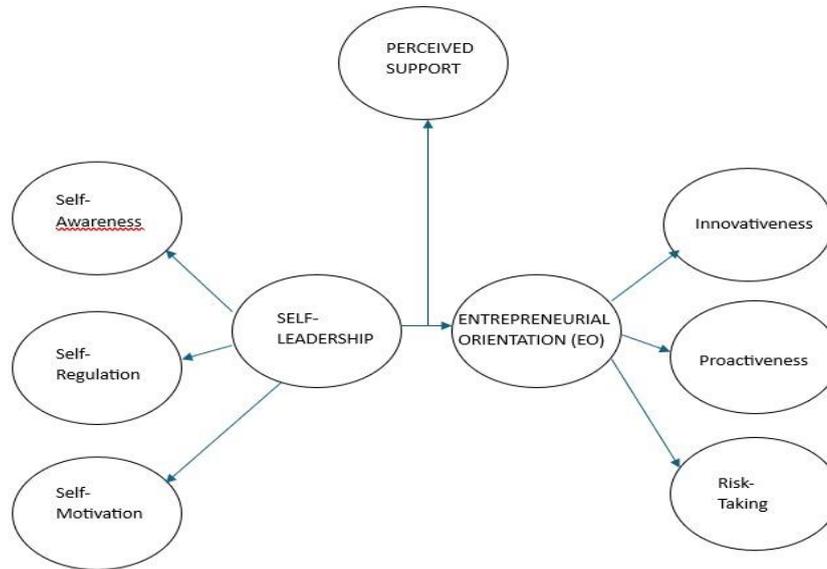
Teori kognitif sosial yang dikembangkan oleh Bandura menekankan bahwa pembelajaran terjadi melalui observasi serta interaksi timbal balik antara faktor personal, perilaku, dan lingkungan (Bandura, 1986). Komponen utama dari teori ini adalah *self efficacy* yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas yang menantang (Bandura, 1997). *Self efficacy* memengaruhi pilihan tindakan, tingkat usaha, dan ketekunan dalam menghadapi hambatan. Penelitian sistematis menunjukkan bahwa *self efficacy* menjadi prediktor utama dalam niat dan perilaku kewirausahaan (Newman et al., 2019).

C. Entrepreneurial orientation

Entrepreneurial Orientation merupakan pola sikap dan perilaku kewirausahaan yang ditandai dengan inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko (Lumpkin dan Dess, 1996; Covin dan Slevin, 1989). Inovasi mengacu pada kecenderungan individu menciptakan ide dan solusi baru (Ahsan dan Yuliana, 2024). Proaktivitas mencerminkan kesiapan dalam menangkap peluang pasar lebih awal dari pesaing (Lumpkin dan Dess, 1996). *Risk taking* menunjukkan keberanian untuk menghadapi ketidakpastian demi hasil jangka panjang (Miller, 1983). EO terbukti berkorelasi positif dengan kinerja bisnis dan keberlanjutan usaha (Putri dan Madhani, 2023; Tang et al., 2015).

D. Kerangka Berpikir

Berikut adalah peta konsep yang dilakukan untuk meneliti penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Peneliti (2025)

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis hubungan antara self-leadership dan entrepreneurial orientation mahasiswa Generasi Z Universitas Telkom, dengan perceived support sebagai variabel moderasi. Tiga variabel utama yang digunakan adalah self-leadership (self-awareness, self-regulation, self-motivation), entrepreneurial orientation (innovativeness, proactiveness, risk-taking), dan perceived support, yang seluruhnya diukur menggunakan skala Likert 5 poin berdasarkan 29 item dari kajian literatur sebelumnya. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner secara daring menggunakan teknik snowball sampling terhadap 145 mahasiswa yang aktif menjalankan usaha. Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS versi 4.0, yang melibatkan pengujian model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model). Evaluasi dilakukan terhadap validitas dan reliabilitas konstruk melalui indikator loading factor, composite reliability, AVE, dan HTMT, serta analisis hubungan antar variabel dilakukan dengan path coefficient, R-square, dan uji signifikansi bootstrapping.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 145 mahasiswa Generasi Z Universitas Telkom yang memiliki pengalaman kewirausahaan, dengan analisis data menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui SmartPLS versi 4.0. Hasil pengujian outer model menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,5 serta nilai Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha di atas 0,7, yang menandakan bahwa instrumen penelitian reliabel dan valid. Nilai Average Variance Extracted (AVE) juga memenuhi kriteria validitas konvergen, sementara uji validitas diskriminan dengan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) menunjukkan nilai di bawah 0,90 untuk seluruh konstruk, memastikan bahwa konstruk-konstruk bersifat diskriminatif. Pada pengujian inner model, self-leadership terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurial orientation ($t > 1,96$; $p < 0,05$), dan perceived support berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan tersebut secara signifikan. Nilai R-square sebesar 0,524 menunjukkan bahwa kombinasi self-leadership dan perceived support mampu menjelaskan 52,4% variasi dalam entrepreneurial orientation. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat self-leadership yang dimiliki mahasiswa, semakin kuat orientasi kewirausahaan yang mereka tunjukkan, khususnya ketika mereka merasakan dukungan yang memadai dari lingkungan sosial dan institusional di sekitarnya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa self-leadership berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurial orientation pada mahasiswa Generasi Z Universitas Telkom, dengan dimensi self-regulation sebagai faktor paling dominan dalam membentuk kepemimpinan diri. Artinya, kemampuan mahasiswa dalam mengelola pikiran, emosi, dan tindakan secara

mandiri merupakan kunci dalam menumbuhkan sikap kewirausahaan. Perceived support terbukti berperan sebagai moderator yang signifikan namun dengan kontribusi yang relatif rendah, menunjukkan bahwa faktor internal lebih berperan dibandingkan dukungan eksternal dalam membentuk orientasi kewirausahaan mahasiswa. Secara keseluruhan, kombinasi kekuatan intrinsik dan dukungan lingkungan tetap penting untuk mengoptimalkan semangat berwirausaha di kalangan generasi muda.

B. Saran

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar institusi pendidikan tinggi mengintegrasikan program penguatan self-leadership ke dalam kurikulum pengembangan kewirausahaan mahasiswa, khususnya melalui pelatihan manajemen diri, pengelolaan stres, refleksi diri, dan peningkatan soft skills. Fokus pada aspek self-regulation perlu diprioritaskan mengingat pengaruhnya yang paling kuat. Selain itu, pembangunan ekosistem pendukung seperti penyediaan akses informasi, mentoring, dan dukungan sosial tetap penting untuk melengkapi faktor internal mahasiswa. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menguji variabel psikologis lain seperti entrepreneurial self-efficacy, locus of control, atau literasi digital sebagai mediator atau moderator, serta mempertimbangkan pendekatan mixed methods dan perluasan lokasi studi guna meningkatkan generalisasi dan kedalaman pemahaman terhadap dinamika self-leadership dan kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

REFERENSI

- Ahsan, M., & Yuliana, E. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Blissfulnim. *E-Proceeding of Management*, 11(5), 4754–4763. <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara/article/view/2337>
- Agustina. (2023). Pengaruh self-leadership terhadap task commitment melalui mediasi self-efficacy pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area [Skripsi, Universitas Medan Area]. Repositori Universitas Medan Area. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/21961>
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: Freeman.
- Fitri, D., & Dwita, V. (2024). Can self-leadership enhance the impact of motivation on entrepreneurial performance? *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(3), 630–645.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87. <https://doi.org/10.1002/smj.4250100107>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A meta-analytic review. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403–419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Houghton, J. D., & Neck, C. P. (2002). The revised self-leadership questionnaire. *Journal of Managerial Psychology*, 17(8), 672–691. <https://doi.org/10.1108/02683940210450484>
- Neck, C. P., & Houghton, J. D. (2006). Self-leadership development: The link between body, mind, and behavior. *Journal of Managerial Psychology*, 21(6), 496–509. <https://doi.org/10.1108/02683940610684362>
- Qomari, N., Sanusi, A., & Supanti, D. (2021). Self-leadership, entrepreneurial orientation, and SME performance. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(1), 22–30. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.03>
- BPS. (2023). *Data Statistik UMKM*. <https://www.bps.go.id>
- BPA Telkom University. (2023). *Laporan internal terkait jumlah UMKM mahasiswa*. <https://bpa.telkomuniversity.ac.id>
- IDN Times Research. (2024). *Data demografi Generasi Z Indonesia*. <https://www.idntimes.com>
- Databoks. (2023). *Jumlah wirausahawan Gen Z Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id>
- Kadin Indonesia. (2023). *Peran UMKM dalam ekonomi nasional*. <https://www.kadin.id>
- Manz, C. C., & Sims, H. P. (2001). *New SuperLeadership: Leading Others to Lead Themselves*. Berrett-Koehler Publishers.
- Manz, C. C. (1986). Self-leadership: Toward an expanded theory of self-influence processes in organizations. *Academy of Management Review*, 11(3), 585–600. <https://doi.org/10.5465/amr.1986.4306242>