

## Budaya Organisasi Positif dan Kepengikutan Otentik Pelaku UMKM Wisata Pesisir Selatan Bangkalan

Triyo Utomo<sup>1</sup>, Masrifah<sup>2</sup>, Seger Handoyo<sup>3</sup>, Fajrianthi<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Psikologi Universitas Trunojoyo Madura

<sup>3,4</sup>Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

<sup>1</sup>triyo.utomo@trunojoyo.ac.id

### ABSTRACT

*Bangkalan is an area that continues to grow. This development can occur because one of them is supported by the tourism sector on the coast. Based on this, the development of coastal tourism destinations needs support from various parties, one of which is MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) actors. This study discusses the existing followership of MSME actors in Bangkalan's south coast tourism. One of the types of followership that has been widely discussed in the last few decades is authentic followership. One of the factors that influence authentic followership is a positive organizational culture. Based on this, this study aims to determine the effect of positive organizational culture on authentic followership. The method used in this research is a quantitative study of influence. Data collection was carried out using a scale on a sample of 130 MSME actors in the southern coastal tourism area of Bangkalan Regency. The sampling technique used is random sampling. The analysis technique uses simple linear regression and the data is processed with SPSS version 14 software. The results show that positive organizational culture influences authentic followership. Positive organizational culture has an influence of 32.6% on the authentic followership of MSME actors in the south coast of Bangkalan, while the remaining 67.4% is a variable that is not discussed in this study.*

**Keywords:** Followership, culture, tourism

### ABSTRAK

Bangkalan merupakan daerah yang terus berkembang. Perkembangan tersebut bisa terjadi karena salah satunya ditunjang oleh sektor pariwisata di pesisir. Berdasarkan hal tersebut, pengembangan destinasi wisata pesisir perlu dukungan dari berbagai pihak, salah satunya adalah pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Penelitian ini membahas tentang kepengikutan yang ada pada pelaku UMKM di wisata pesisir selatan Bangkalan. Salah satu jenis kepengikutan yang banyak dibahas dalam beberapa dekade terakhir adalah kepengikutan otentik. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepengikutan otentik adalah budaya organisasi positif. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi positif terhadap kepengikutan otentik. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kuantitatif pengaruh. Pengambilan data dilakukan menggunakan skala pada sampel pelaku UMKM sejumlah 130 di wisata pesisir selatan Kabupaten Bangkalan. Teknik sampling yang digunakan adalah random sampling. Teknik analisis menggunakan regresi linier sederhana dan data diolah dengan software SPSS versi 14. Hasil penelitian menunjukkan budaya organisasi positif mempengaruhi kepengikutan

otentik. Budaya organisasi positif memberikan pengaruh sebesar 32,6% terhadap kepengikutan pelaku UMKM di pesisir selatan Bangkalan, sedangkan sisanya 67,4% merupakan variabel yang tidak dibahas pada penelitian ini.

**Kata kunci :** *Kepengikutan, budaya, pariwisata*

## ARTICLE INFO

### Article history

Received : 15-02-2022

Revised : 12-05-2023

Accepted : 12-05-2023

## Pendahuluan

Bangkalan merupakan salah satu dari tiga kabupaten yang berbatasan langsung dengan Kota Surabaya. Dua kabupaten lain yang berbatasan langsung dengan Surabaya adalah Sidoarjo dan Gresik. Meski terpisah oleh laut, akses dari Bangkalan ke Surabaya maupun sebaliknya sudah bisa ditempuh secara langsung melalui jembatan Suramadu. Akan tetapi, jika dibandingkan dengan Gresik dan Sidoarjo, maka Bangkalan masih tertinggal dalam hal kesejahteraan penduduknya. Hal ini terlihat dari angka penduduk miskin di Bangkalan yang mencapai 215.970 jiwa. Adapun Sidoarjo dan Gresik memiliki angka penduduk miskin masing-masing 137.150 jiwa dan 166.350 jiwa. Bahkan, Kabupaten Bangkalan menduduki peringkat keenam sebagai daerah tingkat dua dengan jumlah penduduk miskin terbanyak di Provinsi Jawa Timur (BPS Bangkalan, 2022). Selain itu, Kabupaten Bangkalan memiliki Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang masih berada di bawah rata-rata, yaitu 63,79. Kondisi ini masih lebih rendah dibandingkan IPM Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep, yaitu masing-masing 65,94 serta 66,22 (Rohmah & Cahyono, 2021).

*Tabel 1. Jumlah penduduk miskin di Kabupaten yang berbatasan dengan Surabaya*

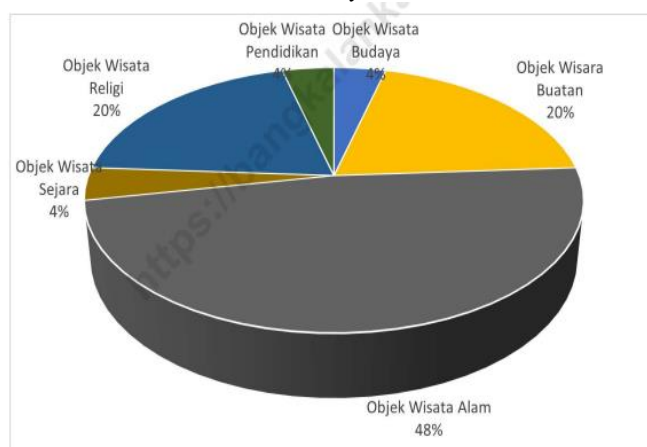
<b>Nama Kabupaten</b>	<b>Jumlah Penduduk Miskin</b>
Bangkalan	215.970 jiwa
Gresik	166.350 jiwa
Sidoarjo	137.150 jiwa

Sumber: BPS Bangkalan (2022)

Meski demikian, Kabupaten Bangkalan merupakan daerah yang terus mengalami perkembangan secara ekonomi. Perkembangan tersebut tercermin dari besar jumlah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Bangkalan. Angka PDRB Bangkalan yang didasarkan Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) selama kurun tahun 2015-2019 adalah 19.198,94 miliar rupiah (2015), 20.134,40 miliar rupiah (2016), 21.654,59 miliar rupiah (2017), 3.848,04 miliar rupiah (2018), dan 24.675,56 miliar rupiah pada tahun 2019 (Rohmah &

Cahyono, 2021). Perkembangan tersebut bisa terjadi karena ditunjang oleh beberapa sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Kabupaten Bangkalan mempunyai potensi destinasi wisata yang sangat beraneka macam, terutama daerah pesisir selatan. Hal ini dapat terjadi karena ditunjang oleh letak geografisnya, yaitu sebagai gerbang utama untuk memasuki pulau Madura (Apridia & Dahruji, 2022). Hal ini sejalan dengan data BPS Bangkalan pada tahun 2020 (lihat Gambar 1), yang menyatakan bahwa persentase obyek wisata terbesar (48%) di Kabupaten Bangkalan adalah obyek wisata alam. Disusul pada urutan kedua yaitu obyek wisata religi dan wisata buatan, dimana masing-masing mengambil porsi persentase 20%. Urutan ketiga ditempati oleh obyek wisata pendidikan, wisata sejarah, dan wisata budaya, dimana masing-masing memiliki persentase 4% (BPS Bangkalan, 2022). Berdasarkan fakta tersebut, maka perlu kiranya untuk memberi perhatian besar terhadap berbagai obyek wisata alam yang ada di Bangkalan. Salah satu bagian dari obyek wisata alam yang juga perlu diperhatikan adalah wisata pesisir (Isti, 2022).

*Gambar 1. Persentase obyek wisata di Kab. Bangkalan*



Sumber: BPS Bangkalan (2022)

Wisata pesisir di Bangkalan merupakan salah satu obyek wisata alam yang menjadi rekomendasi destinasi wisatawan pada beberapa waktu terakhir (Pandia, 2021). Lebih lanjut, berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, wisata di pesisir selatan Bangkalan merupakan lokasi yang cukup potensial untuk dikelola dan dikembangkan sebagai tujuan wisata (Rosyid et al., 2021). Untuk itu, pengembangan destinasi wisata pesisir perlu dukungan dari berbagai pihak, salah satunya adalah pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), dengan menyediakan berbagai produk yang diperlukan wisatawan. Adapun produk-produk yang dihasilkan pelaku UMKM di daerah wisata pesisir Bangkalan meliputi: kerupuk udang, kerupuk kerang, kerupuk ikan, terasi, dan petis (Hasan & Rizkiana, 2018; Hidayati, 2016; Maidah & Hammam, 2022; Wulandari & Hasan, 2023). Selain itu, perlu kiranya bagi para pelaku UMKM untuk

melibatkan masyarakat setempat guna mengembangkan obyek wisata bahari (Friliyantini et al., 2011). Selain itu, pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial dalam rangka mendukung usahanya (Siregar, 2019). Saran lainnya adalah para pelaku UMKM di Madura harus terus memacu diri dan meningkatkan kerja keras dan inovasi untuk terus produktif (Syarif, 2022). Berdasarkan informasi tersebut, penting bagi para pelaku UMKM Wisata di pesisir selatan Bangkalan untuk bisa mengikuti berbagai saran dan masukan yang ada supaya usahanya bisa berkembang. Pelaku UMKM sendiri sebenarnya juga mendapatkan pembinaan dari pihak instansi pemerintah, dalam hal ini adalah Dinas Koperasi dan Usaha Mikro. Instansi tersebut berusaha untuk melakukan pemberdayaan pelaku UMKM dengan memberikan pelatihan kewirausahaan, pelatihan pemasaran, serta pelatihan manajemen keuangan kepada para pelaku UMKM (Ningrum et al., 2021). Dengan demikian para pelaku UMKM sebenarnya hanya perlu mengikuti apa yang disarankan oleh pihak Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Bangkalan.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui tentang kepengikutan (*followership*) yang ada pada pelaku UMKM wisata di pesisir selatan Bangkalan. Pelaku UMKM sektor wisata yang memiliki sikap kepengikutan akan bisa mengikuti saran dan masukan dari berbagai pihak dalam rangka pengembangan usaha (Poluakan, 2017; Suriyanto, 2019). Kepengikutan pada pelaku UMKM ini menjadi penting bagi kemajuan wisata pesisir di Bangkalan karena dengan kepengikutan, maka akan membuat insan pelaku pelaku UMKM lebih siap dalam menghadapi perubahan (Kosasih et al., 2020), mampu terlibat aktif untuk memajukan sektor wisata (Nair et al., 2022), meningkatkan rasa efikasi diri, optimisme, dan harapan ketika menjalankan usahanya (Tak et al., 2019), serta mendorong rasa puas terhadap pemenuhan kebutuhannya (Leroy et al., 2015). Meski demikian, sikap kepengikutan yang ditunjukkan pelaku UMKM Bangkalan masih belum optimal. Hal tersebut terlihat dari masih banyaknya UMKM Bangkalan yang belum patuh terhadap saran, masukan, dan peraturan yang telah dibuat pihak otoritas setempat sehingga berdampak terhadap turunnya kunjungan wisatawan (Khotimah & Pawestri, 2022; Sholihah & Setiawan, 2022).

Salah satu jenis kepengikutan yang mulai banyak dibahas dan diteliti dalam beberapa dekade terakhir adalah kepengikutan otentik (*authentic followership*) (Utomo dkk., 2021). Kepengikutan otentik merupakan proses pengikut mendekati tugas dan hubungan pekerjaannya dengan rasa memiliki, terbuka, dan tidak defensif guna mendorong motivasi kerja yang otonom (Leroy dkk., 2015). Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepengikutan otentik dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepengikutan otentik adalah adanya budaya organisasi positif (Urbach dkk., 2021). Budaya organisasi positif bisa diartikan sebagai budaya yang menghargai proses membangun kekuatan anggota dan

---

memberikan penghargaan, serta mendorong optimalisasi dan pertumbuhan anggota (Robbins & Judge, 2022). Pada konteks UMKM wisata di pesisir selatan Bangkalan, pelaku UMKM sebenarnya telah mendapatkan dukungan dan pemberdayaan dari pihak Dinas Koperasi dan UMKM setempat supaya dapat berkembang secara optimal. Apabila dilihat dari perspektif budaya organisasi positif, Dinas Koperasi dan UMKM memberikan usaha yang berlandaskan nilai-nilai: membangun kekuatan UMKM, memberikan penghargaan terhadap UMKM yang berprestasi, dan mendorong pertumbuhan UMKM (Ahadiyat, 2022; Nur, 2017; Ondang et al., 2019; Robbins & Judge, 2022; Sari et al., 2022).

Berdasarkan hasil pemaparan latar belakang serta hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh budaya organisasi positif terhadap kepengikutan otentik pada pelaku UMKM di wisata pesisir selatan Bangkalan. Kajian yang dilakukan saat ini berbeda dengan kajian kepengikutan otentik sebelumnya. Kajian sebelumnya tentang kepengikutan otentik di Indonesia (Kosasih et al., 2020), menjadikan variabel tersebut sebagai variabel eksogen penelitian. Adapun kepengikutan otentik pada kajian kali ini dijadikan sebagai variabel endogen penelitian. Untuk itu, hipotesis yang diajukan pada tulisan ini adalah “budaya organisasi berpengaruh terhadap kepengikutan otentik pada pelaku UMKM di wisata pesisir selatan Bangkalan”.

## Metode

Variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebasnya adalah budaya organisasi positif. Adapun variabel terikatnya yaitu kepengikutan otentik. Berdasarkan hal tersebut, definisi operasional variabel budaya organisasi positif adalah budaya yang dipersepsikan individu sebagai budaya yang mengembangkan nilai-nilai optimisme, ketangguhan, dan kepercayaan, serta memberikan imbalan berbasis kinerja dan dukungan sosial terhadap anggotanya, yang terlihat dari skor skala budaya organisasi karya Akbar (2013). Sedangkan definisi operasional kepengikutan otentik yaitu sejauh mana individu mendekati tugas dan hubungan pekerjaannya dengan rasa memiliki, terbuka, dan tidak defensif guna mendorong motivasi kerja yang lebih otonom, yang terlihat dari skor skala kepengikutan otentik karya Kosasih, dkk. (2020). Desain penelitian ini menggunakan kuantitatif studi pengaruh. Alat ukur yang digunakan berupa skala *likert* budaya organisasi positif dan skala kepengikutan otentik. Validitas alat ukur budaya organisasi menunjukkan nilai yang berkisar antara 0,374-0,66. Adapun nilai reliabilitas skala budaya organisasi tercermin dari nilai *alpha cronbach* sebesar 0,895. Sedangkan alat ukur kepengikutan otentik menunjukkan nilai yang valid ( $r > 0,361$ ) dan reliabel (*alpha cronbach* = 0,873). Adapun jumlah populasi pelaku UMKM wisata di pesisir selatan

Bangkalan adalah tidak diketahui. Berdasarkan hal tersebut, maka bisa digunakan rumus Lemeshow dkk (1990). Berikut adalah rumusnya:

$$n = \frac{Z^2 1-\alpha / 2P(1-P)}{d^2}$$

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

P = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0.1) atau sampling error = 10%

$$n = \frac{0.5 (1-0.5)(1.96^2)}{(0.1)^2}$$

Berdasarkan rumus tersebut, didapatkan hasil jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Pada konteks penelitian ini, respondennya berjumlah 130 responden (laki-laki 41; perempuan 89) yang tersebar di empat kecamatan. Empat kecamatan tersebut adalah Kamal, Labang, Kwanyar, dan Modung. Adapun jika jumlah sampelnya dilihat berdasarkan latar belakang pendidikan akhirnya adalah sebagai berikut: SD 26 (20%); SMP 15 (11,54%); SMA 73 (56,15%); Diploma 2 (1,54%); Sarjana 14 individu (10,77%).

## Hasil

Data variabel budaya organisasi positif (X) dan kepengikutan otentik (Y) yang diperoleh berjenis ordinal. Guna mengetahui apakah variabel budaya organisasi positif dan variabel kepengikutan dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak, maka perlu dilakukan uji normalitas pada nilai residual (bukan pada masing-masing variabel penelitian). Adapun uji normalitas yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Tabel 7 menunjukkan bahwa variabel budaya organisasi dan kepengikutan memiliki distribusi normal dalam model regresi. Hal ini karena nilai signifikansinya sebesar 0.747 (lebih besar dari 0.05).

Tabel 1. Uji normalitas kolmogorov-smirnov

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.71213025
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.043
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.678
Asymp. Sig. (2-tailed)		.747

Untuk menguji hipotesis penelitian, penelitian ini menggunakan nilai signifikansi level sebesar 0,05 (5%) untuk mengetahui apakah ada pengaruh nyata dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Ternyata setelah membandingkan nilai signifikansi uji anova 0.000 (lihat tabel 8) lebih kecil daripada 0.05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan budaya organisasi positif terhadap kepengikutan pada pelaku UMKM wisata di pesisir selatan Bangkalan. Lebih lanjut, dari nilai *R Square* diketahui nilainya adalah 0.326 (lihat tabel 9). Hal tersebut memiliki makna bahwa budaya organisasi positif mempunyai pengaruh sebesar 32,6% terhadap kepengikutan. Sedangkan 67,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Tabel 2. Hasil uji anova antara budaya organisasi dan kepengikutan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	459.129	1	459.129	61.935	.000(a)
	Residual	948.879	128	7.413		
	Total	1408.008	129			

Tabel 2. Hasil uji *R Square*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.571(a)	.326	.321	2.72270

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa ada pengaruh antara budaya organisasi positif terhadap kepengikutan pada pelaku UMKM wisata di pesisir selatan Bangkalan. Hasil ini sejalan dengan temuan Urbach dkk. (2021) yang menyatakan bahwa budaya organisasi memiliki pengaruh terhadap kepengikutan yang dilakukan individu, dengan cara memberikan gambaran ideal tentang peran seorang pengikut. Pada konteks kehidupan sosial-budaya masyarakat madura, terdapat *referential standart* kepatuhan terhadap figur-figur utama secara hirarkis. Figur tersebut yaitu *bhuppa'-babbu'* (orangtua), *ghuru* (kyai atau guru), *rato* (pemimpin formal). Dari sini terlihat bahwa salah satu figur yang harus dipatuhi masyarakat madura adalah pemimpin formal. Adapun kepatuhan terhadap pemimpin formal yang dimaksud meliputi berbagai instansi pemerintahan, termasuk dinas koperasi dan usaha mikro Kabupaten Bangkalan selaku pembina UMKM di pesisir selatan Bangkalan. Konsep kepatuhan tersebut merupakan konstruksi kehidupan kolektif masyarakat madura yang berlangsung dalam jangka waktu lama. Apalagi, para pelaku UMKM (yang notabene adalah pedagang) dalam struktur masyarakat madura berada pada tingkatan bawah (Ahadiyat, 2022; Hefni, 2007).

Berdasarkan sudut pandang budaya organisasi positif, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro kabupaten Bangkalan berusaha melakukan pembinaan terhadap pelaku UMKM wisata pesisir selatan Bangkalan dengan cara memberdayakan kekuatan UMKM, memberikan penghargaan terhadap pelaku UMKM, serta meningkatkan efektivitas kinerja UMKM. Dengan cara-cara tersebut, diharapkan kinerja UMKM wisata pesisir selatan Bangkalan bisa lebih efektif dan efisien dalam mendukung pencapaian tujuan bersama (Ahadiyat, 2022; Robbins & Judge, 2022). Apabila dilihat lebih detail, budaya organisasi positif yang dibangun oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro memberikan gambaran tentang bagaimana tiap UMKM dapat memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya. Budaya organisasi juga membantu pelaku UMKM menemukan kelebihan atau kekuatan yang dimiliki UMKM (Hidayatullah, 2022). Selain itu, budaya organisasi yang coba dibangun adalah dengan memberikan penekanan pada pemberian penghargaan terhadap pelaku UMKM. Menghargai tidak hanya ketika pelaku UMKM meraih prestasi, tetapi juga saat melakukan sesuatu dengan benar (Soepardi, 2016). Selanjutnya, budaya organisasi positif yang dirasakan pelaku UMKM terkait dengan bagaimana organisasi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Bangkalan berkontribusi terhadap perkembangan diri dan usahanya (Aziz, 2022; Robbins & Judge, 2022).

Adapun karakteristik budaya organisasi positif (Robbins & Judge, 2008) yang mempengaruhi kepengikutan para pelaku UMKM yaitu inovasi dan keberanian mengambil resiko, perhatian pada hal detail, orientasi hasil dan orang, orientasi tim, keagresifan dalam berkompetisi, mempertahankan stabilitas. Para pelaku UMKM terbiasa untuk melakukan inovasi dan mengambil resiko supaya dapat tetap menjalankan usahanya (Wicaksono & Nuvriasari, 2012). Selain itu, pelaku UMKM berusaha untuk selalu melakukan analisis dan memberikan perhatian pada hal detail dalam memecahkan masalah dan meningkatkan kinerja (Hoiron et al., 2018). Pelaku UMKM juga mulai fokus terhadap kerjasama tim guna mencapai tujuan bersama (Putri et al., 2019). Hal ini ditunjang juga dengan semangatnya untuk berkompetisi dengan pihak lain dalam menjalankan usahanya (Wusko & Nizar, 2017). Lebih lanjut, pelaku UMKM menginginkan adanya stabilitas dalam menjalankan usahanya (Noor & Fadhaillah, 2022). Berbagai temuan tersebut menunjukkan adanya karakteristik budaya organisasi positif pada pelaku UMKM.

Budaya organisasi juga telah terbukti memiliki hubungan positif terhadap keterlibatan anggota atau pengikut. Individu yang mendapatkan dukungan dari pemimpin dan rekan kerjanya, maka akan berdampak positif terhadap keterlibatan kerjanya (Saleem dkk., 2020). Pada konteks pelaku UMKM pesisir selatan Bangkalan, bentuk keterlibatan itu diwujudkan melalui sikap kepengikutan. Menggunakan perspektif Gardner dkk. (2005) tentang



---

kepengikutan otentik, individu yang mempunyai kepengikutan adalah sosok yang memiliki kesadaran diri yang akan berdampak pada regulasi dirinya. Kesadaran diri tersebut terdiri atas nilai-nilai, identitas, emosi, dan motif atau tujuan yang diraih. Dari pandangan ini bisa dijelaskan bahwa pelaku UMKM di pesisir selatan Bangkalan nilai-nilai diri yang dijadikan acuan dalam bekerja. Nilai-nilai itu antara lain kejujuran, kerja keras, dan kepatuhan. Dengan nilai-nilai itu, para pelaku UMKM menjalankan aktivitas usahanya sehari-hari. Aspek kedua dari kesadaran diri adalah identitas. Disini, pelaku UMKM menyadari identitas dirinya sebagai seorang pelaku usaha yang harus bekerja sebaik mungkin guna memenuhi kebutuhannya. Kesadaran akan identitas tersebut membuatnya benar-benar menghayati perannya sebagai seorang pelaku usaha yang sangat tergantung terhadap kondisi lingkungannya. Dalam hal ini adalah wisata di pesisir selatan Bangkalan. Selanjutnya, aspek ketiga dari kesadaran diri yaitu emosi. Dari sudut pandang ini, pelaku UMKM merespon keadaan saat ini dengan perasaan sedih karena kondisi sektor pariwisata di pesisir selatan Bangkalan masih jauh dari harapan, sehingga berdampak negatif terhadap usahanya. Meski demikian, pelaku UMKM masih mempunyai rasa optimis dalam menyikapi kondisi di masa mendatang (Dwiana, 2022).

Hasil data statistik deskriptif tentang latar belakang menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian tidak memiliki latar belakang pendidikan tinggi, yaitu sebesar 87,69%. Hanya 12,31% responden yang mengenyam pendidikan tinggi (Diploma dan Sarjana). Kondisi ini sejalan dengan temuan Setiaji (2008) yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat pendidikan lebih rendah lebih efektif dalam menjalankan peran sebagai pengikut, meski secara efisiensi masih tergolong kurang. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa latar belakang pendidikan responden penelitian kemungkinan juga berpengaruh terhadap sikap kepengikutannya.

Beberapa penelitian lain juga telah menjelaskan tentang berbagai variabel yang berpengaruh terhadap kepengikutan otentik. Hasil telaah literatur yang dilakukan oleh Gardner dkk. (2005) menunjukkan tentang pengaruh kepemimpinan otentik terhadap kepengikutan otentik. Pemimpin otentik secara aktif dan berkelanjutan menjadi model bagi pengikut melalui kata-kata dan perbuatan yang mencerminkan kesadaran diri, pemrosesan yang seimbang, transparansi, dan perilaku otentik. Lebih lanjut, sebagai contoh peran yang positif, pemimpin otentik berfungsi sebagai masukan bagi perkembangan pengikut otentik. Seperti halnya pemimpin, model ini menyatakan bahwa sejarah pribadi pengikut ditambah dengan peristiwa pemicu tertentu merupakan awal kemunculan kepengikutan otentik. Lebih jauh, ketika pengikut melihat pemimpin menampilkan pemahaman kesadaran diri dan terikat pada pembuatan keputusan yang transparan yang mencerminkan integritas serta komitmen terhadap

---

nilai etis, pengikut mengembangkan kepercayaan pada pemimpin sehingga mendorong keterbukaan dan perilaku otentik. Hal ini kemudian diperkuat oleh hasil penelitian empiris yang dilakukan oleh Tak dkk. (2019) dan Nair dkk. (2022) yang menemukan bahwa kepemimpinan otentik berpengaruh terhadap kepengikutan otentik.

Kajian lain menjelaskan tentang peran emosi pemimpin (sebagai variabel moderator) yang mempengaruhi hubungan antara kepemimpinan otentik terhadap kepengikutan otentik (Oc et al., 2020; Yagil & Medler-Liraz, 2014). Emosi pemimpin yang berbeda dengan norma peran (misal: rasa malu, takut), memoderasi hubungan positif kepemimpinan otentik dengan presentasi diri pengikut yang obyektif (memberikan kesan yang tidak dibuat-buat kepada pemimpin), yang merupakan salah satu aspek kepengikutan otentik. Hubungan kepemimpinan otentik dengan presentasi diri pengikut yang obyektif semakin kuat ketika emosi pemimpin lebih intens. Hal ini menggambarkan bahwa pemimpin otentik yang menampilkan emosi berbeda (misal: rasa malu, takut) dari mayoritas yang ditampilkan para pemimpin lain, akan meningkatkan otentisitas pengikut. Kondisi tersebut terjadi karena pemimpin otentik ingin memberikan pesan kepada pengikut bahwa presentasi diri yang tidak biasa merupakan hal yang dapat diterima, sehingga pengikut tidak perlu menampilkan kesan yang dibuat-buat.

Hasil penelitian lain juga menyatakan bahwa kepengikutan otentik dipengaruhi oleh kelekatan aman pengikut. Hasil kajian literatur yang dilakukan oleh Hinojosa dkk. (2014) menunjukkan adanya pengaruh kelekatan aman terhadap kepengikutan otentik. Pengikut membutuhkan adanya kelekatan yang aman terhadap pemimpin karena pengikut ingin dapat diterima oleh pemimpin (Morrison, 1994; Tjosvold, 1989; Yukl & Falbe, 1990). Adanya kelekatan yang aman, maka akan membuat pengikut percaya terhadap pemimpinnya (Frazier dkk., 2015). Dampaknya, pengikut yang memiliki kelekatan yang aman akan cenderung menunjukkan kepengikutan otentik (Hinojosa dkk., 2014).

Berbagai hasil kajian lain yang telah dijelaskan sebelumnya (Hinojosa et al., 2014; Nair et al., 2022; Oc et al., 2020; Tak et al., 2019; Yagil & Medler-Liraz, 2014) menunjukkan bahwa kepengikutan otentik juga dipengaruhi oleh beberapa variabel lain (selain variabel budaya organisasi positif). Variabel lain tersebut adalah kepemimpinan otentik, emosi pemimpin, dan kelekatan aman. Budaya organisasi positif sendiri diketahui memiliki pengaruh sebesar 32,6% terhadap kepengikutan otentik. Apabila dilihat berdasarkan informasi tersebut, maka bisa jadi 67,4% lainnya dipengaruhi oleh variabel kepemimpinan otentik dan kelekatan aman. Adapun emosi pemimpin akan mempengaruhi kekuatan hubungan antara kepemimpinan otentik dengan kepengikutan otentik.

---

Hasil penelitian pengaruh budaya organisasi positif terhadap kepengikutan otentik yang penulis lakukan ini berbeda dari hasil penelitian lain dalam beberapa hal. Pertama, partisipan dalam penelitian ini adalah masyarakat Madura. Adapun penelitian sebelumnya terkait kepengikutan otentik di Indonesia dilakukan pada masyarakat diluar Madura. Kedua, penelitian ini dilakukan pada konteks masyarakat pelaku UMKM, sedangkan penelitian kepengikutan sebelumnya di Indonesia dilakukan pada konteks karyawan perusahaan (Kosasih et al., 2020). Ketiga, penelitian ini merupakan penelitian pertama di Indonesia yang menjadikan kepengikutan otentik sebagai variabel utama. Hal ini membuat hasil temuan yang diperoleh, bisa digunakan untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi positif terhadap kepengikutan otentik pada konteks masyarakat Indonesia, terutama masyarakat Madura.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh budaya organisasi positif terhadap kepengikutan otentik. Diketahui bahwa budaya organisasi positif memberikan pengaruh sebesar 32,6% terhadap kepengikutan otentik pada pelaku UMKM di pesisir selatan Bangkalan, sedangkan sisanya 67,4% merupakan variabel yang tidak dibahas pada penelitian ini. Budaya organisasi positif diperoleh pelaku UMKM melalui proses interaksi dan pembinaan oleh pihak Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Bangkalan. Berdasarkan perbandingan dengan hasil penelitian lain tentang kepengikutan otentik, terungkap bahwa ada beberapa variabel (selain budaya organisasi positif) yang berpengaruh terhadap kepengikutan otentik. Variabel tersebut yaitu kepemimpinan otentik dan kelekatan aman pengikut. Hasil penelitian lain juga mengungkap bahwa kekuatan pengaruh kepemimpinan otentik terhadap kepengikutan otentik juga dipengaruhi oleh emosi pemimpin.

Penelitian ini juga tidak luput dari beberapa kelemahan. Pertama, penelitian ini hanya mengangkat budaya organisasi sebagai satu-satunya variabel eksogen. Kedua, penelitian ini masih kurang mendalam dalam menjelaskan bagaimana dinamika pengaruh budaya organisasi positif terhadap kepengikutan otentik. Hal ini menjadi wajar karena penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Ketiga, populasi dalam penelitian ini hanya terbatas pada pelaku UMKM wisata di pesisir selatan Bangkalan.

Adapun saran yang bisa peneliti sampaikan meliputi beberapa hal. Pertama, perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui variabel lain (selain budaya organisasi positif) yang berhubungan dengan kepengikutan pada pelaku UMKM wisata di pesisir selatan Bangkalan. Kedua, peneliti berikutnya sebaiknya melakukan penelitian terkait kepengikutan

otentik pada pelaku UMKM wisata di pesisir selatan Bangkalan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hal ini dilakukan supaya mendapatkan gambaran lebih dalam dan menyeluruh tentang bagaimana kepengikutan otentik pada pelaku UMKM wisata di pesisir selatan Bangkalan. Ketiga, agar peneliti selanjutnya menggunakan populasi yang lebih luas yang mencakup pesisir utara dan selatan kabupaten Bangkalan, atau bahkan di wilayah madura raya. Dengan demikian, cakupan generalisasi hasil penelitian akan lebih luas.

## Referensi

- Ahadiyat, I. (2022). *Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Bangkalan*. <http://diskopumbangkalan.info/>
- Akbar, R. M. (2013). Pengaruh budaya organisasi terhadap employee engagement (Studi pada karyawan PT. Primatexco Indonesia di Batang). *Journal of Social and Industrial Psychology*, 2(1), 10–18. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>
- Apridia, M., & Dahruji, D. (2022). Analisis potensi destinasi wisata halal di daerah pesisir selatan kabupaten Bangkalan (kecamatan Kamal, Labang dan Kwanyar). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 1*, 87–100.
- Aziz, A. (2022, January 31). *Sebanyak 19 ribu UMKM di Bangkalan terima bantuan modal usaha*. ANTARA JATIM. <https://jatim.antaranews.com/berita/571245/sebanyak-19-ribu-umkm-di-bangkalan-terima-bantuan-modal-usaha>
- BPS Bangkalan. (2022). *Kabupaten Bangkalan dalam Angka 2022*. <https://bangkalankab.bps.go.id/publication/2022/02/25/5926e55306ba31b8321104c9/kabupaten-bangkalan-dalam-angka-2022.html>
- Dwiana, B. (2022, October 31). *Optimisme UMKM Mampu Hadapi Ancaman Resesi Ekonomi*. Rri.Co.Id. <https://rri.co.id/editorial/1295/optimisme-umkm-mampu-hadapi-ancaman-resesi-ekonomi>
- Frazier, M. L., Gooty, J., Little, L. M., & Nelson, D. L. (2015). Employee Attachment: Implications for Supervisor Trustworthiness and Trust. *Journal of Business and Psychology*, 30(2), 373–386. <https://doi.org/10.1007/s10869-014-9367-4>
- Friilyantin, T., Hubies, A. V. S., & Munandar, A. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil Sektor Wisata Bahari di Pulau Kecil (Studi Kasus Pulau Bunaken, Kota Manado, Sulawesi Utara) Strategy Analysis for Development of Micro and Small-Scale Industry Sector Marine Tourisme in Small Island (Case Study Bunaken Island, Sulawesi Utara). *Manajemen IKM*, 6(1), 55–63. <https://journal.ipb.ac.id>
- Gardner, W. L., Avolio, B. J., Luthans, F., May, D. R., & Walumbwa, F. (2005). “Can you see the real me?” A self-based model of authentic leader and follower development. *Leadership Quarterly*, 16(3), 343–372. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2005.03.003>
- Hasan, B., & Rizkiana, A. (2018). Variasi produksi, manajemen keuangan dan pemasaran usaha mikro kerupuk kerang madurasa di kabupaten Bangkalan. *International Journal of Community Service Learning*, 2(3), 133–140. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJCSL>
- Hefni, M. (2007). BHUPPA’-BHÂBHU’-GHURU-RATO (Studi Konstruktivisme-Strukturalis tentang Hierarki Kepatuhan dalam Budaya Masyarakat Madura). *KARSA*, XI(1), 12–20.
- Hidayati, R. D. (2016). Strategi komunikasi pemasaran usaha skala mikro (micro enterprise) kub bajrah gunah klampis Bangkalan pada produk terasi, petis dan kerupuk ikan. *Agriekonomika*, 5(1), 103–111. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v5i1.1467>

- 
- Hidayatullah, Y. (2022, November 4). *Diskop Terus Dorong Pelaku UMKM Masuk E-Katalog*. Pemerintah Kabupaten Bangkalan. <https://www.bangkalankab.go.id/read/berita/4298-diskop-terus-dorong-pelaku-umkm-masuk-e-katalog>
- Hinojosa, A. S., Davis McCauley, K., Randolph-Seng, B., & Gardner, W. L. (2014). Leader and follower attachment styles: Implications for authentic leader-follower relationships. *Leadership Quarterly*, 25(3), 595–610. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2013.12.002>
- Hoiron, M., Wahyudi, E., & Puspitaningtyas, Z. (2018). Pengaruh kapabilitas pemasaran, keunggulan bersaing dan budaya organisasi terhadap kinerja UKM (Usaha Kecil dan Menengah) di kabupaten Lumajang. *Majalah Ilmiah "DIAN ILMU,"* 37–53. <https://doi.org/10.37849/midi.v18i1.108>
- Isti, A. (2022, May 14). *Wisata Bangkalan Terbaru dan Populer, Bisa Jadi Destinasi Liburan / merdeka.com*. Merdeka.Com [Online]. <https://www.merdeka.com/jatim/wisata-bangkalan-terbaru-dan-populer-bisa-jadi-destinasi-liburan-klm.html>
- Khotimah, J., & Pawestri, A. (2022). Peran pemerintah daerah kabupaten Bangkalan dalam pengelolaan objek wisata pantai. *Jurnal Pamator*, 15(2), 45–59. <https://doi.org/10.21107/pamator.v15i2.17626>
- Kosasih, K., Wibowo, & Saparuddin. (2020). The influence of ambidextrous organization and authentic followership on innovative performance: The mediating role of change readiness. *Management Science Letters*, 10(7), 1513–1520. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.12.015>
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Wiley & Sons.
- Leroy, H., Anseel, F., Gardner, W. L., & Sels, L. (2015). Authentic Leadership, Authentic Followership, Basic Need Satisfaction, and Work Role Performance: A Cross-Level Study. *Journal of Management*, 41(6), 1677–1697. <https://doi.org/10.1177/0149206312457822>
- Maidah, A., & Hammam, H. (2022). Tinjauan Maqasidus Syariah tentang Sertifikasi Halal dengan Skema Self Declare (Studi di Pelaku Usaha Kerupuk Udang Aconk, Dsn. Junganyar Pesisir, Kec. Socah, Kab. Bangkalan). *Prosiding Semnas Abdimas: Berkarya Dan Mengabdikan Untuk Meningkatkan Kemandirian Masyarakat Pasca Pandemi*, 536–551. <https://doi.org/10.33086/snmp.v2i1>
- Morrison, E. W. (1994). Role Definitions and Organizational Citizenship Behavior: The Importance of the Employee's Perspective 07:07:24 AM All use subject to JSTOR Terms and Conditions. *Source: The Academy of Management Journal*, 37(6), 1543–1567.
- Nair, B. P., Prasad, T., & Nair, S. K. (2022). Authentic Leadership and Team Members' Outcomes: A Cross-level and Multi-level Analysis. *Management and Labour Studies*, 47(2), 165–182. <https://doi.org/10.1177/0258042X211034614>
- Ningrum, D. P., Widiyanto, M. K., & Yuliyanti, T. (2021). *Peran Dinas Koperasi Dan UMKM Dalam Pemberdayaan UMKM Di Kota Surabaya*.
- Noor, T. R., & Fadhaillah, M. (2022). Strategi bertahan dan bangkit pasca pandemi (Studi pada pelaku UMKM desa sarirogo-Sidoarjo). *Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 6(2), 414–436.
- Nur, S. D. (2017). Peran Dinas Koperasi dan UKM dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di kota Samarinda. *EJournal Administrasi Negara*, 5(2), 5856–5867.
- Oc, B., Daniels, M. A., Diefendorff, J. M., Bashshur, M. R., & Greguras, G. J. (2020). Humility breeds authenticity: How authentic leader humility shapes follower vulnerability and felt authenticity. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 158, 112–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2019.04.008>
-

- Ondang, C., Singkoh, F., & Kumayas, N. (2019). Peranan pemerintah daerah dalam pemberdayaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di kabupaten Minahasa (Suatu studi di Dinas Koperasi dan UKM). *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 3(3), 1–10.
- Pandia, S. A. (2021, January 1). *Pesona Wisata di Pesisir Utara Madura - Kompas.id*. Kompas [Online]. <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2021/01/01/pesona-wisata-di-pesisir-utara-madura>
- Poluakan, K. (2017, September 18). *8 Cara Jitu Mengembangkan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)*. Dinas Koperasi UKM Kab. Kulon Progo. <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/558/8-cara-jitu-mengembangkan-umkm-usaha-mikro-kecil-menengah>
- Putri, L. P., Astuti, R., Pulungan, D. R., & Ardila, I. (2019). Pelatihan Total Quality Management Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 399–402. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3643>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2008). *Perilaku Organisasi* (D. Angelica, Ed.; 12th ed.). Salemba Empat.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Essentials of organizational behavior* (15th ed). Pearson Education Limited.
- Rohmah, S. N., & Cahyono, H. (2021). Analisis sektor ekonomi potensial dan pengembangan wilayah guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bangkalan tahun 2015-2019. *INDEPENDENT: Journal Of Economics*, 1(2), 141–157. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/independent/article/view/40333/36742>
- Rosyid, D. M., Sujantoko, S., Armono, H. D., Djatmiko, E. B., Wardhana, W., Prastianto, R. W., Mulyadi, Y., Kurniati, N., & Wardhani, M. K. (2021). Kajian Pengelolaan Kawasan Mangrove Pesisir Selatan Kabupaten Bangkalan Berdasarkan UU No 1 Tahun 2014. *SEWAGATI*, 5(3), 206–216. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i3.26>
- Saleem, Z., Shenbei, Z., & Hanif, A. M. (2020). Workplace Violence and Employee Engagement: The Mediating Role of Work Environment and Organizational Culture. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020935885>
- Sari, F. A., Sampurna, H. R., & Meigawati, D. (2022). Strategi Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian dalam pemberdayaan UMKM di kota Sukabumi. *Jurnal Informasi Penelitian*, 2(10), 3353–3360.
- Setiaji, B. (2008). *Pengaruh perilaku kepemimpinan transformasional terhadap atribut kepengikutan karyawan: Studi kasus di PT Bank NISP, Tbk*. [http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail\\_pencarian/40849](http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/40849)
- Sholihah, A., & Setiawan, F. (2022). Pendekatan theory of planned behavior dalam melakukan sertifikasi halal bagi pelaku umkm sektor halal food di kabupaten Bangkalan. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 427–439. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1231>
- Siregar, M. (2019, March 15). *UMKM Ujung Tombak Perekonomian Indonesia*. SINDOnews [Online]. <https://nasional.sindonews.com/berita/1386892/18/umkm-ujung-tombak-perekonomian-indonesia/>
- Soepardi, S. H. (2016, February 22). *Belajar pada Silicon Valley menghargai UMKM*. ANTARA: KANTOR BERITA INDONESIA. <https://www.antaraneews.com/berita/546397/belajar-pada-silicon-valley-menghargai-umkm>
- Suriyanto, S. (2019, September 27). *Agar Koperasi “Tak Tertinggal”, Ini Saran Wagub Untuk Insan Koperasi*. Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. <https://kukm.babelprov.go.id/content/agar-koperasi-tak-tertinggal-ini-saran-wagub-untuk-insan-koperasi>

- 
- Syarif, M. A. (2022, June 19). *Erick Thohir Ajak Pelaku UMKM Madura Masuk Ekosistem BUMN - UMKM di Ekonomi JPNN.com*. JPNN [Online]. <https://www.jpnn.com/news/erick-thohir-ajak-pelaku-umkm-madura-masuk-ekosistem-bumn>
- Tak, J., Seo, J., & Roh, T. (2019). The influence of authentic leadership on authentic followership, positive psychological capital, and project performance: Testing for the mediation effects. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(21). <https://doi.org/10.3390/su11216028>
- Tjosvold, D. (1989). Interdependence and Power Between Managers and Employees: A Study of the Leader Relationship. *Journal of Management*, *15*(1), 49–62. <https://doi.org/10.1177/014920638901500105>
- Urbach, T., den Hartog, D. N., Fay, D., Parker, S. K., & Strauss, K. (2021). Cultural variations in whether, why, how, and at what cost people are proactive: A followership perspective. *Organizational Psychology Review*, *11*(1), 3–34. <https://doi.org/10.1177/2041386620960526>
- Utomo, T., Handoyo, S., & Fajrianti, F. (2021). Authentic Followership: Criticism of the Authentic Followership Models. *Psychosophia: Journal of Psychology, Religion, and Humanity*, *3*(2), 73–83. <https://doi.org/10.32923/psc.v3i2.1843>
- Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). Meningkatkan kinerja UMKM industri kreatif melalui pengembangan kewirausahaan dan orientasi pasar: Kajian pada peran serta wirausaha wanita di kecamatan Moyudan, kabupaten Sleman, propinsi DIY. *Jurnal Sosio Humaniora*, *3*(4), 27–39.
- Wulandari, H. S., & Hasan, N. D. B. (2023). Analisis tingkat literasi label halal pengusaha umkm kerupuk di desa Dakiring (studi kasus desa dakiring, kecamatan Socah, kabupaten Bangkalan). *Jurnal Kaffa*, *2*(1), 1–14.
- Wusko, A. U., & Nizar, M. (2017). Pengaruh enterprenurial orientation dan market orientation terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran pada UKM di kabupaten Pasuruan. *Journal Knowledge Industrial Engineering*, *4*(3), 72–84.
- Yagil, D., & Medler-Liraz, H. (2014). Feel free, Be Yourself: Authentic Leadership, Emotional Expression, and Employee Authenticity. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, *21*(1), 59–70. <https://doi.org/10.1177/1548051813483833>
- Yukl, G., & Falbe, C. M. (1990). Influence Tactics and Objectives in Upward, Downward, and Lateral Influence Attempts. *Journal of Applied Psychology*, *75*(2), 132–140. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.75.2.132>