

GAMBARAN *SELF EFFICACY* PELAKU BISNIS ONLINE PEMULA

Fajar Saraswati¹, Yuli Asmi Rozali²
Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara No.9 Tol Tomang Kebon Jeruk, Jakarta Barat - 11510
fajarsaraswati19@gmail.com

Abstract

*One of the impacts of the COVID-19 pandemic is the economy. Indonesian society has witnessed major changes that have occurred in various aspects of the economy, especially the UMKM sector, with a decline in turnover that has almost affected all business fields. With the recommendation of physical distancing and large-scale social restrictions, this affects the business activities of UMKM actors, causing sales and income to decline. In order to increase income for UMKM business actors, UMKM business actors must be able to adapt to current conditions, one of which is by utilizing digital technology and this is called online business. In starting an online business, usually there are many obstacles faced by beginner online business actors, therefore UMKM actors who will start their business by utilizing digital technology and to be able to achieve the desired results can be seen from their self-confidence in this case also called self efficacy. **Purpose:** This study aims to see a description of the self-efficacy of beginner online business actors. **Methods:** The design of this research is descriptive, the sampling technique is non-probability sampling with purposive sampling type, and a sample of 100 samples of beginner online business actors. Self-efficacy measuring instrument with $(\alpha) = 0.955$, and 31 items are valid. **Results:** The results of the categorization of beginner online business actors are more likely to have high self-efficacy as much as 62% and the dominant dimension is dominated by the level dimension as many as 40 people (40%). In this study, male beginner online business actors tend to have higher self-efficacy than female beginner online business actors.*

Keywords: Business online, Covid-19, Self efficacy

Abstrak

Salah satu dampak dari adanya pandemi covid-19 adalah perekonomian. Masyarakat Indonesia telah menyaksikan perubahan besar yang terjadi dalam berbagai aspek ekonomi terutama sektor UMKM terjadinya penurunan omzet yang hampir menimpa seluruh bidang usaha. Dengan adanya anjuran *physical distancing* dan pembatasan sosial berskala besar, hal ini berpengaruh pada aktivitas usaha pelaku UMKM sehingga menyebabkan penjualan dan pendapatan menurun. Demi meningkatkan hasil pendapatan terhadap pelaku usaha UMKM, maka pelaku usaha UMKM harus bisa beradaptasi dengan kondisi yang ada saat ini, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi digital dan hal ini disebut dengan bisnis *online*. Dalam memulai bisnis *online*, biasanya banyak hambatan yang dihadapi oleh para pelaku bisnis *online* pemula, maka dari itu pelaku UMKM yang akan memulai bisnisnya dengan memanfaatkan teknologi digital dan untuk dapat mencapai hasil yang diinginkannya dapat dilihat dari keyakinan dirinya dalam hal ini disebut juga dengan *self efficacy*. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran *self efficacy* pelaku bisnis *online* pemula. **Metode:** Rancangan penelitian ini deskriptif teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, dan sampel 100 sampel pelaku bisnis *online* pemula. Alat ukur *self efficacy* dengan $(\alpha) = 0,955$ dan 31 aitem yang valid. **Hasil:** 62% dan dimensi dominan didominasi oleh dimensi *level* sebanyak 40 orang (40%). Dalam penelitian ini pelaku bisnis *online* pemula laki-laki cenderung memiliki *self efficacy* lebih tinggi daripada pelaku bisnis *online* pemula perempuan.

Kata kunci: Bisnis *online*, Covid-19, *Self efficacy*

Pendahuluan

Salah satu dampak dari adanya pandemi covid-19 adalah perekonomian. Masyarakat Indonesia telah menyaksikan perubahan besar yang terjadi dalam berbagai aspek ekonomi terutama sektor UMKM. Pada sektor UMKM dampak yang ditimbulkan, terjadinya penurunan omzet sebesar 30% yang hampir menimpa seluruh bidang usaha.

Dengan adanya anjuran *physical distancing* dan pembatasan sosial berskala besar yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia membuat masyarakat untuk tetap berada dirumah dan tidak melakukan aktivitas di luar rumah untuk mengurangi penularan rantai virus corona. Hal ini berpengaruh pada aktivitas usaha pelaku UMKM sehingga menyebabkan penjualan dan pendapatan menurun

karena tidak adanya masyarakat yang beraktivitas di luar rumah untuk berbelanja, beberapa pelaku UMKM yang mengalami kesulitan untuk membayar biaya produksi dan jam operasional secara keseluruhan, kesusahan memberikan gaji pegawai dan banyak pelaku UMKM yang merugi karena omzet tidak menutup biaya produksi. Pada akhirnya beberapa pelaku UMKM ada yang memutuskan untuk mengurangi barang produksi dan mengurangi jumlah karyawannya.

Berdasarkan survei yang dilakukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), sebanyak 70% UMKM tidak bisa bertahan selama pandemi, beberapa faktor yang membuat UMKM tidak bisa bertahan selama pandemi, diantaranya banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam penjualan produknya, kesulitan dalam mendapatkan penghasilan untuk menutupi modal usaha, dan berkurangnya jumlah pelanggan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha kecil menengah, telah mencatat jumlah UMKM sebanyak 64 juta unit usaha, dan diantaranya masih 12 juta pelaku UMKM yang sudah melakukan pergeseran pemasaran produk UMKM dari *offline* ke *online* atau sekitar 19% dari seluruh UMKM (Tumbuh pesat 12 juta UMKM hadir dalam ekosistem digital, 2021). Dampak positif bagi sektor UMKM ialah adanya transformasi digital yang akan mendorong pelaku UMKM untuk beralih lebih cepat menggunakan teknologi digital. Produk UMKM akan lebih cepat dikenal di global jika semakin banyak pelaku UMKM yang memasarkan produknya secara digital.

Menurut Nurcahyo (2019) Bisnis *online* merupakan segala jenis kegiatan bisnis yang dilakukan secara *online* (melalui internet). Setiap pelaku usaha yang sebagian aktivitasnya atau pun semua aktivitas bisnisnya dilakukan melalui internet, dapat dikatakan mereka menjalankan bisnis *online*. Aktivitas bisnis *online* meliputi kegiatan jual beli *online*, maupun menyediakan jasa secara *online*, dan banyak jenis bisnis lainnya yang dapat kita temukan secara *online* di berbagai bidang industri. Menurut Kerianto (dalam Fatolosa, 2017) Bisnis *online* adalah suatu aktifitas bisnis baik jasa maupun produk yang ditawarkan melalui media internet mulai dari negosiasi hingga kegiatan transaksinya, seperti menjual produk tanpa harus bertatap muka dengan pembelinya (*customer*).

Namun, bukan hal yang mudah bagi pelaku UMKM yang telah beralih ke teknologi digital, para pelaku bisnis *online* pemula juga harus mempunyai perhitungan yang matang dalam menggarap potensi bisnis baik dari sisi strategi marketing, kesiapan jaringan dan akses distribusi untuk menjaga kepuasan pelanggan. Dalam memulai bisnis *online*,
JCA Psikologi Volume 2 Nomor 4 Oktober - Desember 2021

tidak menutup kemungkinan adanya kendala yang dihadapi oleh para pelaku bisnis *online* pemula seperti, persaingan yang ketat karena banyaknya kompetitor yang berdampak pada sempitnya cakupan pemasaran produk, terbatasnya pengetahuan tentang bisnis *online*, kendala koneksi *internet*, masalah pemasok atau masalah yang dapat terjadi di awal memulai bisnis *online* dan dapat terjadi ditengah perjalanan bisnis ini. Selain itu dalam menjalankan bisnis *online* juga memiliki peluang yang lebih mudah serta memberikan keuntungan yang besar.

Terdapat beberapa hal agar memperkuat suatu bisnis yaitu dari faktor internal dan eksternalnya. Faktor internal antara lain aspek sumber daya manusia, manajemen, permodalan, jangkauan pasar, dan aspek inovasi produk. Sedangkan faktor eksternal, antara lain aspek regulasi, pengawasan dan aspek infrastruktur. (Widayanti & Oktafia, 2021).

Menurut Zimmerer *et al.* (2009) beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya, diantaranya adalah Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha, Kurang berpengalaman baik dalam kemampuan mengkoordinasikan, keterampilan mengelola sumber daya manusia, Kurang dapat mengendalikan keuangan. Setiap pelaku bisnis *online* pemula memiliki keyakinan diri yang berbeda-beda terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang beragam sehingga dapat menghasilkan apa yang diinginkannya.

Gist dan Mitchell (dalam Ghufroon & Risnawita, 2020) mengatakan bahwa *self efficacy* dapat membawa pada perilaku yang berbeda diantara individu dengan kemampuan yang sama karena *self efficacy* mempengaruhi pilihan, tujuan, pengatasan masalah, dan kegigihan dalam berusaha.

Baron dan Byrne (dalam Ghufroon & Risnawita, 2020) mendefinisikan efikasi diri sebagai evaluasi seseorang mengenai kemampuan atau kompetensi dirinya untuk melakukan suatu tugas, mencapai tujuan, dan mengatasi hambatan. Bandura dan Wood menjelaskan bahwa efikasi diri mengacu pada keyakinan akan kemampuan individu untuk menggerakkan motivasi, kemampuan kognitif, dan tindakan yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan situasi.

Menurut Bandura (dalam Feist *et al.*, 2017) menyatakan efikasi diri adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap keberfungsian individu sendiri dan kejadian yang terjadi didalam lingkungan. Efikasi diri merujuk pada keyakinan

individu bahwa individu memiliki kemampuan untuk mengerjakan perilaku tertentu.

Menurut Bandura (1977) *self efficacy* tinggi tinggi menganggap kegagalan sebagai akibat dari kurangnya usaha yang keras, pengetahuan, dan keterampilan, mampu menangani masalah yang mereka hadapi secara efektif, yakin terhadap kesuksesan dalam menghadapi masalah atau rintangan, masalah dipandang sebagai suatu tantangan yang harus dihadapi bukan untuk dihindari, gigih dalam usahanya menyelesaikan masalah, percaya pada kemampuan yang dimilikinya, cepat bangkit dari kegagalan yang dihadapinya, suka mencari situasi yang baru. Sedangkan *self efficacy* rendah ragu akan kemampuannya akan menjauhi tugas-tugas yang sulit karena tugas tersebut dianggap sebagai ancaman, lamban dalam membenahi atau mendapatkan kembali *self efficacy*nya ketika menghadapi kegagalan, tidak yakin bisa menghadapi masalahnya, menghindari masalah yang sulit, mengurangi usaha dan cepat menyerah ketika menghadapi masalah, ragu pada kemampuan diri yang dimilikinya, tidak suka mencari situasi yang baru, aspirasi dan komitmen pada tugas lemah.

Pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki keyakinan diri yang tinggi, semakin percaya diri dengan kemampuannya untuk mencapai hasil yang diinginkannya. pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki keyakinan bahwa dirinya mampu menyelesaikan tugas-tugas yang sulit maupun tidak sulit. Artinya, ketika ia dihadapkan dengan pekerjaan atau masalah dalam usaha bisnis *onlinenya* ia tidak akan mudah menyerah dan akan memikirkan cara-cara bagaimana untuk menyelesaikan pekerjaan atau masalahnya tersebut. Pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki keyakinan diri yang kuat untuk tetap bertahan dan tidak mudah menyerah Artinya, ketika terjadi kegagalan dalam usaha bisnis *onlinenya* tersebut ia akan menghadapinya dengan semangat serta berjuang, tidak menyerah, akan mencari jalan keluar untuk menyelesaikan permasalahannya, mencoba bangkit dan akan mempertahankan usaha bisnis *onlinenya* tersebut. Pelaku bisnis *online* pemula yang mampu menguasai dalam berbagai bidang untuk menyelesaikan tugasnya. Artinya, ketika terdapat hambatan dalam bisnis *onlinenya* tersebut ia akan segera mengatasinya dengan berbagai cara dan berbagai macam strategi. Sedangkan pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki keyakinan diri yang rendah, semakin tidak percaya diri dengan kemampuannya untuk mencapai hasil yang diinginkannya. Pelaku bisnis *online* pemula yang hanya mampu menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang mudah. Artinya, ketika ia dihadapi dengan

pekerjaan atau masalah yang berat ia tidak mampu menyelesaikan pekerjaan atau masalahnya, mudah untuk menyerah. Namun ketika dihadapi dengan masalah yang ringan ia mampu menyelesaikan masalahnya tersebut dengan cara yang sering digunakan untuk mencari jalan keluar dari permasalahan tersebut. Pelaku bisnis *online* pemula yang lemah untuk bertahan dan mudah menyerah. Artinya, ketika menghadapi persoalan atau hambatan dalam usaha bisnis *onlinenya* tersebut ia akan merasa kurang semangat, mudah menyerah, tidak segera mencari jalan keluar untuk menyelesaikan permasalahannya dan adanya keraguan untuk mempertahankan usaha bisnis *onlinenya* tersebut. Pelaku bisnis *online* pemula yang hanya mampu menguasai sedikit bidang yang diperlukan untuk menyelesaikan tugasnya. Artinya, ketika adanya hambatan dalam bisnis *onlinenya* tersebut ia akan menyelesaikannya dengan cara yang sudah sering dilakukan dan hanya cara itu saja yang digunakan untuk memecahkan masalah tersebut. Dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi ialah seseorang yang cenderung akan sukses melewati rintangan-rintangan yang ia hadapi dan tidak mudah menyerah. Sedangkan seseorang yang memiliki *self efficacy* yang rendah akan menghindari tugas-tugas yang sulit dan mudah menyerah. Maka dari itu pelaku UMKM yang akan memulai bisnisnya dengan memanfaatkan teknologi digital dan untuk dapat mencapai hasil yang diinginkannya dapat dilihat dari keyakinan dirinya dalam hal ini disebut juga dengan istilah *self efficacy*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *self efficacy* pelaku bisnis *online* pemula.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif bersifat non eksperimental Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, alasan peneliti menggunakan rancangan penelitian tersebut karena ingin melihat keyakinan diri pelaku bisnis *online* pemula di masa pandemi ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah Pelaku bisnis *online* pemula di Indonesia, dengan jumlah total sebanyak 12.000.000 (Tumbuh pesat 12 juta UMKM hadir dalam ekosistem digital, 2021). Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 orang dengan menggunakan teknik *Non probability sampling* jenis *Purposive sampling*. Jumlah sampel didapat dari rumus Slovin (Noor, 2011).

Peneliti membuat sendiri kisi-kisi alat ukur dengan mengacu pada aspek-aspek *self efficacy*

Bandura (dalam Ghufron & Risnawati, 2020) yaitu *Level, Strength, dan Generality*. Terdapat 23 aitem gugur dari 54 aitem dan memperoleh reliabilitas sebesar 0,955. Peneliti menggunakan validitas konstruk (*construct*) dengan teknik korelasi Pearson Product Moment. Reliabilitas alat ukur pada penelitian ini akan diuji dengan teknik internal consistency satu kali putaran dengan rumus Alpha Cronbach $\geq 0,7$ (Sugiyono, 2016). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu frekuensi, kategorisasi, *z-score*, dan analisis tabulasi silang (*crosstab*).

Hasil dan Pembahasan

A. Gambaran Responden Penelitian

1. Jenis Kelamin

Tabel 1

Gambaran Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase |
|---------------|-----------|------------|
| Laki-Laki | 39 | 39% |
| Perempuan | 61 | 61% |
| Total | 100 | 100 % |

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 1 dapat dilihat bahwa subjek berjenis kelamin perempuan adalah yang terbanyak yaitu sebanyak 61 orang (61%), sedangkan untuk jumlah subjek laki-laki sebanyak 39 orang (39%).

2. Usia

Tabel 2

Gambaran Subjek Berdasarkan Usia

| Usia | Frekuensi | Presentase |
|-------|-----------|------------|
| 19-29 | 57 | 57% |
| 30-39 | 37 | 37% |
| 40-50 | 6 | 6% |
| Total | 100 | 100% |

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 2 dapat dilihat bahwa gambaran subjek usia paling banyak didominasi oleh pelaku bisnis *online* pemula usia 19-29 tahun sebanyak 57 (57%), pelaku bisnis *online* pemula usia 30-39 tahun sebanyak 37 (37%), dan pelaku bisnis *online* pemula usia 40-50 tahun sebanyak 6 (6%).

3. Tingkat Pendidikan

Tabel 3

Gambaran Subjek Berdasarkan Tingkat Pendidikan

| Tingkat Pendidikan | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|-----------|------------|
| SD | 1 | 1% |
| SMP | 9 | 9% |
| SMA | 44 | 44% |
| Diploma | 7 | 7% |
| Sarjana | 39 | 39% |
| Total | 100 | 100% |

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 3 dapat dilihat bahwa gambaran subjek dengan tingkat pendidikan paling banyak didominasi oleh tingkat pendidikan SMA sebanyak 44 orang (44%), tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 39 orang (39%), tingkat pendidikan SMP sebanyak 9 orang (9%), tingkat pendidikan Diploma sebanyak 7 orang (7%), dan tingkat pendidikan SD sebanyak 1 orang (1%).

4. Lama Berbisnis Online

Tabel 4

Gambaran Subjek Berdasarkan Lama Berbisnis Online

| Lama Berbisnis Online | Frekuensi | Presentasi |
|-----------------------|-----------|------------|
| < 1 tahun | 59 | 59% |
| > 1 tahun | 41 | 41% |
| Total | 100 | 100% |

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 4 dapat dilihat bahwa subjek dengan lama berbisnis *online* paling banyak telah berbisnis *online* < 1 tahun berjumlah 59 orang (59%), sedangkan yang berbisnis *online* > 1 tahun sebanyak 41 orang (41%).

B. Uji Validitas Dan Reliabilitas

Skala *self efficacy* ini terdapat 54 aitem ketika sebelum uji coba. Kemudian setelah dilakukan uji coba terdapat 23 aitem yang gugur, diantaranya adalah aitem 2, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 24, 27, 28, 39, 45, 46, 47, 49 sehingga tersisa 31 aitem yang valid. Adapun hasil uji reliabilitasnya sebesar 0,949 sebelum uji coba dan setelah beberapa aitem yang tidak valid dieliminasi menunjukkan nilai sebesar 0,955 yang berarti menunjukkan skala *self efficacy* ini sangat reliabel.

C. Kategorisasi *Self Efficacy*

Tabel 5
Kategorisasi *Self Efficacy*

| Rentang skor | Kategorisasi | Frekuensi | Presentase |
|-----------------|--------------|-----------|------------|
| $X \geq 98,920$ | Tinggi | 62 | 62% |
| $X < 98,920$ | Rendah | 38 | 38% |
| Total | | 100 | 100% |

Dari tabel 5 diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku bisnis *online* pemula lebih banyak yang memiliki *self efficacy* tinggi sebanyak (62%).

D. Aspek Dominan *Self Efficacy*

Tabel 6
Aspek Dominan *Self Efficacy*

| Dimensi <i>Self Efficacy</i> | Frekuensi | Presentase |
|------------------------------|-----------|------------|
| <i>Level</i> | 40 | 40 % |
| <i>Strength</i> | 32 | 32 % |
| <i>Generality</i> | 28 | 28 % |
| Total | 100 | 100% |

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat dilihat bahwa subjek pada penelitian ini memiliki *self efficacy* dengan dimensi dominan lebih banyak didominasi oleh dimensi *level* sebanyak 40 orang (40%).

E. Gambaran Tabulasi Silang

1. Hasil Uji Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan Kategorisasi *Self Efficacy*.

Tabel 7
Tabulasi silang jenis kelamin dengan kategorisasi *self efficacy*

| Jenis Kelamin | Self efficacy | | Total |
|---------------|---------------|------------|-------|
| | Tinggi | Rendah | |
| Laki-laki | 26 (66,7%) | 13 (33,3%) | 39 |
| Perempuan | 36 (59,0%) | 25 (41,0%) | 61 |
| Total | 39 (39,0%) | 61 (61,0%) | 100 |

Berdasarkan data dari tabel 7 diatas bahwa subjek dengan jenis kelamin laki-laki, lebih banyak memiliki *self efficacy* tinggi sebanyak (66,7%) terdiri 26 orang dari yang rendah sebanyak (33,3%) terdiri 13 orang. Sedangkan yang berjenis perempuan lebih banyak yang memiliki *self efficacy* rendah sebanyak (41,0%)terdiri 25 orang dari yang tinggi sebanyak (59,0%) terdiri 36 orang. Dapat disimpulkan pelaku bisnis *online* pemula laki-laki

lebih banyak pada katagori *self efficacy* tinggi (66,7%).

2. Hasil Uji Tabulasi Silang Usia Dengan Kategorisasi *Self Efficacy*.

Tabel 8
Tabulasi silang usia dengan kategorisasi *self efficacy*

| Usia | Self Efficacy | | Total |
|-------|---------------|------------|-------|
| | Tinggi | Rendah | |
| 19-29 | 31 (54,4%) | 26 (45,6%) | 57 |
| 30-39 | 26 (70,3%) | 11 (29,7%) | 37 |
| 40-50 | 5 (83,3%) | 1 (16,7%) | 6 |
| Total | 57 (57,0%) | 37 (37,0%) | 100 |

Berdasarkan data dari tabel 8 diatas bahwa subjek dengan usia 19-29 tahun lebih banyak dengan kategori *self efficacy* tinggi sebanyak (54,4%) terdiri 31 orang dari yang rendah sebanyak (45,6%) terdiri 26 orang. Sedangkan usia 30-39 tahun juga lebih banyak yang memiliki *self efficacy* tinggi berjumlah 26 orang (70,3%), dari yang rendah berjumlah 11 orang (29,7%). Dan subjek dengan usia 40-50 yang memliki *self efficacy* tinggi berjumlah 5 orang (83,3%), dari yang rendah berjumlah 1 orang (16,7%), Jadi, dapat disimpulkan pelaku bisnis *online* pemula berusia 40-50 tahun lebih banyak pada katagori *self efficacy* tinggi (83,3%).

3. Hasil Uji Tabulasi Silang Tingkat Pendidikan Dengan Kategorisasi *Self Efficacy*.

Tabel 9
Tabulasi silang Tingkat Pendidikan dengan kategorisasi *self efficacy*.

| Tingkat Pendidikan | Self Efficacy | | Total |
|--------------------|---------------|------------|-------|
| | Tinggi | Rendah | |
| SD | 1 (100,0%) | 0 (0,0%) | 1 |
| SMP | 6 (66,7%) | 3 (33,3%) | 9 |
| SMA | 28 (63,6%) | 16 (36,4%) | 44 |
| DIPLOMA | 3 (42,9%) | 4 (57,1%) | 7 |
| SARJANA | 24 (61,5%) | 15 (38,5%) | 39 |
| Total | 62 (62,0%) | 38 (38,0%) | 100 |

Berdasarkan data dari tabel 9 diatas bahwa subjek dengan tingkat pendidikan SMA lebih banyak pada katagori *self efficacy* tinggi sebanyak (63,6%) terdiri 28 orang dan yang rendah sebanyak

(36,4%) terdiri 16 orang. Sedangkan subjek dengan tingkat pendidikan Sarjana juga lebih banyak yang memiliki *self efficacy* tinggi sebanyak (61,5%) terdiri 16 orang dan yang rendah sebanyak (38,5%) terdiri 15 orang. Kemudian subjek dengan tingkat pendidikan SMP yang memiliki *self efficacy* tinggi sebanyak (66,7%) terdiri 6 orang dan yang rendah sebanyak (33,3%) terdiri 3 orang. Selanjutnya subjek dengan tingkat pendidikan Diploma yang memiliki *self efficacy* tinggi sebanyak (42,2%) terdiri 3 orang dan yang rendah sebanyak (57,1%) terdiri 4 orang. Subjek dengan tingkat pendidikan SD yang memiliki *self efficacy* tinggi sebanyak (100,0%) terdiri 1 orang dan yang rendah sebanyak (0,0 %) terdiri 0 orang. Jadi, dapat disimpulkan pelaku bisnis *online* pemula dengan tingkat pendidikan SMA dan SARJANA lebih banyak pada katagori *self efficacy* tinggi (63,6%). dan (61,5%).

Pembahasan

Dalam penelitian ini melibatkan 100 orang subjek pelaku bisnis *online* pemula. Responden penelitian dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan lama berbisnis *online*. Berdasarkan jenis kelamin, responden lebih banyak berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 61 orang (61%) dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 39 (39%) orang. Berdasarkan usia, responden lebih banyak yang berusia 19-29 tahun dengan jumlah 57 orang (57%). Selanjutnya berdasarkan tingkat pendidikan responden lebih banyak tingkat pendidikan SMA dengan jumlah 44 orang (44%). Kemudian berdasarkan lama berbisnis *online* responden lebih banyak yang berbisnis *online* kurang dari 1 tahun dengan jumlah 38 orang (38%).

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari 100 pelaku bisnis *online* pemula lebih banyak yang memiliki *self efficacy* yang tinggi. Hal ini dapat dilihat bahwa yang memiliki *self efficacy* tinggi lebih banyak dibanding yang rendah. Pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki *self efficacy* tinggi sebanyak 62 orang (62%), dan yang *self efficacy* rendah sebanyak 38 orang (38%). Menurut Bandura (1997) Seseorang dengan efikasi diri yang tinggi mampu menangani masalah yang mereka hadapi secara efektif, yakin terhadap kesuksesan dalam menghadapi masalah atau rintangan, masalah dipandang sebagai suatu tantangan yang harus dihadapi bukan untuk dihindari, gigih dalam usahanya menyelesaikan masalah, percaya pada kemampuan yang dimilikinya, cepat bangkit dari kegagalan yang dihadapinya, suka mencari situasi yang baru.

Dari hasil penelitian yang didapat, pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki *self efficacy* tinggi ia sanggup melewati segala rintangan-

rintangan yang datang pada bisnis *onlinenya* tersebut, mempunyai kekuatan dalam keyakinan dan harapannya untuk hasil yang dicapainya, tidak mudah untuk menyerah, mencari segala cara untuk mengatasi permasalahan yang terdapat pada bisnis *onlinenya*. Optimis dan penuh kegigihan dalam menjalankan bisnis *onlinenya*, menerima segala resiko yang terjadi pada bisnis *onlinenya* tersebut. Dalam penelitian ini, subjek penelitian lebih banyak yang merasa mampu dalam menjalankan bisnis *onlinenya* selama pandemi covid-19 berlangsung. Beberapa dari pelaku bisnis *online* pemula yang menjadi responden penelitian ini menyatakan “Saya gigih dalam berbisnis *online*.” “Saya berani menghadapi berbagai macam masalah dalam usaha *online*”.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Kristiyani (dalam Syamsudin dkk., 2019) mengatakan bahwa efikasi diri yang tinggi akan memberikan dorongan yang kuat, keberanian, kepercayaan diri, inisiatif dan ketekunan untuk meningkatkan usaha dan kinerja seorang. Artinya, pelaku bisnis *online* pemula memiliki keyakinan dan keberanian untuk menjalankan bisnis *onlinenya* dan memiliki dorongan yang kuat pada dirinya untuk mencapai hasil yang dicapainya dalam menjalankan bisnis *onlinenya* tersebut. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Mustofa dan Ekawati (2017) menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh terhadap keberanian mengambil risiko artinya jika efikasi diri meningkat maka keberanian mengambil risiko meningkat.

Dilihat dari hasil penelitian yang didapat bahwa pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki *self efficacy* tinggi mempunyai keberanian atau sanggup menerima segala resiko yang terjadi diantaranya seperti, pelanggan menuntut untuk meminta ganti rugi karena barang yang telah sampai mengalami kerusakan, banyaknya pelanggan yang komplain sehingga mendapati penilaian yang kurang bagus dalam bisnis *onlinenya* tersebut.

Berdasarkan hasil dimensi dominan (*z-score*) dimensi *self efficacy* yang paling dominan yang dimiliki oleh pelaku bisnis *online* pemula adalah dimensi *level* dengan frekuensi 40 (40%). Menurut Bandura (dalam Ghufroon & Risnawita, 2020). Mengatakan bahwa *level* berkaitan dengan derajat kesulitan tugas dimana individu merasa mampu untuk melakukannya. Pelaku bisnis *online* pemula akan mencoba tingkah laku yang dirasa mampu melakukannya. Dilihat dari hasil penelitian yang didapatkan yang berarti bahwa pelaku bisnis *online* pemula tetap merasakan adanya kemampuan untuk melakukan pekerjaannya meskipun pekerjaannya sulit seperti, harus membuat laporan keuangan yang sudah masuk dan membuat laporan pengeluaran

keuangan secara bersamaan, pelaku bisnis *online* pemula merasa bahwa dirinya memiliki keyakinan akan kemampuannya yang besar salah satunya seperti, yakin terhadap bisnis *online* yang dijalankannya sehingga segala sesuatu yang terjadi dalam bisnis *onlinenya*, pelaku bisnis *online* pemula sanggup menghadapi dan mencari berbagai cara untuk mengatasi hal tersebut.

Pada penelitian ini didapatkan dari data *crosstabulation self efficacy* berdasarkan jenis kelamin menunjukkan hasil bahwa pada jenis kelamin laki-laki lebih banyak yang memiliki kecenderungan *self efficacy* tinggi. Menurut Zimmerman (dalam Bandura, 1997) laki-laki berusaha untuk sangat membanggakan dirinya, perempuan seringkali meremehkan kemampuan mereka hal ini berasal dari pandangan orangtua terhadap anaknya yang menganggap bahwa wanita lebih sulit untuk mengikuti pelajaran dibanding laki-laki pada beberapa bidang pekerjaan tertentu para pria memiliki *self efficacy* yang lebih tinggi dibanding dengan wanita. Dari hasil penelitian yang didapat bahwa pelaku bisnis *online* pemula laki-laki fokus dan yakin pada bisnis *online* yang dijalankannya tidak mudah menyerah, penuh kegigihan dalam menjalankan bisninya dan tetap berusaha untuk mencapai target yang ingin dicapainya serta berani menghadapi berbagai macam masalah yang terdapat pada bisnis *onlinenya* tersebut. Kemudian pada hasil data *crosstabulation self efficacy* berdasarkan usia menunjukkan bahwa pelaku bisnis *online* pemula yang berada dikategorisasi usia 40-50 tahun dan 30-39 tahun lebih banyak yang memiliki *self efficacy* tinggi (83,3%) dan (70,3%). Sedangkan yang memiliki *self efficacy* rendah lebih banyak pada usia 19-29 tahun sebanyak (45,6%). Hal ini diduga pelaku bisnis *online* pemula yang lebih muda mungkin masih memiliki sedikit pengalaman dan peristiwa-peristiwa dalam hidupnya.

Hal ini sejalan dengan Bandura (1997) kualitas *self efficacy* seseorang dapat ditentukan dari tingkat usia, *self efficacy* terbentuk melalui proses belajar sosial yang berlangsung selama masa kehidupan. Individu yang lebih tua cenderung memiliki rentang waktu dan pengalaman yang lebih banyak dalam mengatasi suatu hal yang terjadi jika dibandingkan dengan individu yang lebih muda, hal ini juga berkaitan dengan pengalaman yang individu miliki sepanjang rentang kehidupannya. Dari hasil penelitian yang didapat bahwa pelaku bisnis *online* pemula yang berusia 30-39 tahun dan 40-50 tahun yang memiliki *self efficacy* tinggi mampu mengatasi segala macam masalah yang terjadi pada bisnis *onlinenya* tersebut, mempunyai segala cara untuk

menyelesaikan hambatan atau permasalahan yang terjadi memiliki pengetahuan yang beragam.

Untuk hasil data *crosstabulation self efficacy* berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa pelaku bisnis *online* pemula yang berada dikategorisasi tingkat pendidikan SMA dan Sarjana lebih banyak yang memiliki *self efficacy* tinggi (63,6%) dan (61,5%). Sedangkan yang memiliki *self efficacy* rendah lebih banyak pada tingkat pendidikan SMP sebanyak 3 orang (33,3%). Dari hasil penelitian yang didapatkan bahwa pelaku bisnis *online* pemula memiliki keyakinan yang tinggi gigih dan optimis dalam menjalankan bisnis *onlinenya*, mampu mengatasi dan menangani berbagai macam masalah yang terjadi dalam bisnis *onlinenya* tersebut, tidak mudah menyerah terjadinya hambatan besar dalam bisnis *online* tersebut. Hal ini sejalan dengan Bandura (1997) Individu yang memiliki jenjang pendidikan yang lebih tinggi biasanya memiliki tingkat *self efficacy* yang lebih tinggi, karena pada dasarnya mereka lebih banyak belajar dan lebih banyak menerima pendidikan formal, selain itu individu yang memiliki jenjang pendidikan yang lebih tinggi akan lebih banyak mendapatkan kesempatan untuk belajar dalam mengatasi persoalan-persoalan dalam hidupnya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai gambaran *self efficacy* pelaku bisnis *online* pemula menunjukkan hasil bahwa pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki *self efficacy* yang tinggi sebanyak 62%. Bahwa pelaku bisnis *online* pemula sanggup melewati segala rintangan-rintangan yang datang pada bisnis *onlinenya* tersebut, mempunyai kekuatan dalam keyakinan dan harapannya untuk hasil yang dicapainya, tidak mudah untuk menyerah, mencari segala cara untuk mengatasi permasalahan yang terdapat pada bisnis *onlinenya* optimis dan penuh kegigihan dalam menjalankan bisnis *onlinenya*, menerima segala resiko yang terjadi pada bisnis *onlinenya* tersebut, subjek penelitian lebih banyak yang merasa mampu dalam menjalankan bisnis *onlinenya* selama pandemi covid-19 berlangsung. Merujuk pada tiga dimensi *self efficacy* didapatkan hasil bahwa dimensi yang paling dominan adalah dimensi *level* (40%). Bahwa pelaku bisnis *online* pemula mampu mengerjakan pekerjaan yang sulit, seperti menyelesaikan bentuk laporan keuangan pengeluaran dan keuangan yang masuk dalam waktu yang sudah ditentukan atau menyelesaikan secara bersamaan di waktu yang sama. Kemudian dimensi *strength* (32%). Bahwa pelaku bisnis *online* pemula,

jika bisnis *onlinenya* mengalami kerugian yang besar pelaku bisnis *online* pemula tetap kuat untuk bertahan sehingga tetap berjalan bisnis *onlinenya* tersebut. Dimensi *generality* (28%). Bahwa pelaku bisnis *online* pemula mampu menyelesaikan pekerjaan dalam situasi atau kondisi apapun yang terjadi, seperti jika pelaku bisnis *online* pemula sedang dalam kondisi yang tidak tenang untuk berfikir. Namun disatu sisi pelaku bisnis *online* pemula harus menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan tepat waktu.

Kemudian berdasarkan hasil *crosstabulation* terdapat perbedaan *self efficacy* pelaku bisnis *online* pemula laki-laki dan pelaku bisnis *online* pemula perempuan. Dalam penelitian ini pelaku bisnis *online* pemula laki-laki cenderung memiliki *self efficacy* lebih tinggi daripada pelaku bisnis *online* pemula perempuan. Selain itu berdasarkan hasil *crosstabulation* usia, tingkat pendidikan diketahui lebih banyak yang memiliki *self efficacy* tinggi, dimana semakin tinggi usia dan semakin tinggi pendidikan serta banyak pengalaman-pengalaman dan wawasan yang didapatkannya maka *self efficacy* akan semakin berkembang.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran teoritis dan saran praktis untuk menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel *self efficacy* dan menambahkan variabel lainnya dengan jumlah subjek yang lebih banyak dan data penunjang yang berbeda dari penelitian ini. Peneliti juga menyadari pada penelitian ini masih terdapat kekurangan di antaranya jurnal pendukung yang masih kurang. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi agar penelitian *self efficacy* pada pelaku bisnis *online* pemula dapat berkembang dan memperkaya pembahasan pada penelitian selanjutnya. Diharapkan pada pelaku bisnis *online* pemula dengan efikasi diri yang tinggi tetap mempertahankan keyakinan yang ada dalam dirinya serta lebih mengembangkan dirinya dalam berbisnis *onlinenya*.

Pada pelaku bisnis *online* pemula dengan efikasi diri rendah cenderung kurang memiliki pengetahuan luas akan bidang produknya, maka dari itu, pelaku bisnis *online* pemula hendaknya menambah wawasan dan pengetahuan dengan cara mengikuti program pelatihan, komunitas *entrepreneur* muda, seminar atau webinar mengenai bisnis *online*. Karena ini sangat penting salah satu sumber *self efficacy* seperti pengalaman keberhasilan orang lain, pelaku bisnis *online* pemula dengan mengikuti komunitas pedagang bisnis *online* akan banyak belajar dari pengalaman orang-orang

yang sudah sukses dalam bisnis *onlinenya*, dan bisa diterapkan dalam diri pelaku bisnis *online* pemula untuk mengembangkan bisnis *onlinenya*.

Daftar Pustaka

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W. H Freeman and Company
- Feist, J., Feist, G.J., & Roberts, T. (2017). *Teori Kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, S. (2020). *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Fatolosa, H. (2017). Dampak Bisnis Online Terhadap Peningkatan Pemasaran Jasa Pengiriman Barang Melalui JNE Gunungsitoli-Nias. *Jurnal akutansi dan manajemen pembnas*, 1(1), 1-5.
- Mustofa, A. L. A., & Ekawati, N. W. (2017). Keberanian mengambil resiko memediasi pengaruh efikasi diri dan kebutuhan akan prestasi terhadap niat berwirausaha. *Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5377-5405.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Koa: Kencana Prenada Media Group.
- Nurchahyo, R. (2019). *Bisnis online*. Jawa Timur: Tim Quantum Book.
- Riani, W. S., & Rozali, Y. A. (2014). Hubungan antara self efficacy dan kecemasan saat presentasi pada mahasiswa univerristas esa unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 126836.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Syamsudin, A., Hakim, L., & Atmasari, A. (2019). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal PSIMAWA*, 2(1), 58-62.
- Tumbuh pesat 12 juta UMKM hadir dalam ekosistem digital. (2021, 04 April). *Setkab.go.id*. Retrieved from website: <https://setkab.go.id/teten-masduki-tumbuh-pesat-12-juta-umkm-hadir-dalam-ekosistem-digital/>.

Widayanti, R. E., & Oktafia, R. (2021). Strategi pemasaran berbisnis *online* pada produk badan usaha milik desa (bumdes) “sukses bersama” desa sugihwaras kabupaten sidoarjo. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 4(1), 242-252.

Zimmerer., Thomas W., Scarborough., & Norman M. (2009). *Essential of Entrepreneurship and Small Business Management: Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Edisi 5, Penerjemah: Deny Arnos Kwary*, Jakarta : Salemba Empat