

ABSTRAK**GAMBARAN SELF EFFICACY PELAKU BISNIS ONLINE PEMULA**

Fajar Saraswati

Program Studi Psikologi

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 diinginkan dapat dilihat dari keyakinan dirinya dalam hal ini disebut juga dengan *self efficacy*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran *self efficacy* pelaku bisnis *online* pemula. 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 kategorisasi pelaku bisnis *online* pemula lebih banyak yang memiliki *self efficacy* tinggi sebanyak 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

ABSTRACT

DESCRIPTION OF SELF EFFICACY FOR BEGINNERS ONLINE BUSINESSES

Fajar Saraswati

Psychology Study Program

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. This study aims to see a description of the self-efficacy of beginner online business actors. 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. 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