

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu dampak dari adanya pandemi covid-19 adalah perekonomian. Seperti yang dilansir dari situs Liputan 6 Menteri keuangan Indonesia, Sri Mulyani mengatakan bahwa dampak covid-19 yang sudah menjadi pandemi global ini membuat banyak sektor terpuruk. 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 (Katakini.com). Dengan adanya anjuran *physical distancing* dan pembatasan sosial berskala besar yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia membuat masyarakat untuk tetap berada di rumah 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.

Menteri koordinator bidang perekonomian, Airlangga Hartarto mengatakan bahwa pandemi covid-19 memberikan tekanan dan sinyal pelemahan pada perekonomian (Kontan.co.id). Kominfo mengupayakan percepatan transformasi digital. Kementerian Keuangan juga mendukung pengembangan ekonomi digital, kemenkeu akan memastikan digitalisasi menjadi pendorong baru aktivitas ekonomi. Kemenkeu telah merancang model ekosistem ekonomi digital yang melibatkan platform, logistik, sistem pembayaran dan data untuk mendorong aktivitas industri digital. Pemerintah akan memberikan dukungan dalam beberapa hal, melalui kebijakan regulasi, penyediaan infrastruktur, dukungan pembiayaan, mendigitalkan UMKM, perlindungan konsumen, hingga pengembangan sumber daya manusia (vutura.io). Pandemi covid-19 telah membawa dampak yang signifikan terhadap perekonomian dan membawa berbagai perubahan drastis dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat, yang kini telah mengubah interaksi jual beli. Oleh karena itu, 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*. Bisnis *online* pada situasi saat ini merupakan sebuah peluang atau kesempatan yang sangat menjanjikan dan terlebih juga

menguntungkan untuk dikembangkan, adanya perkembangan perangkat komunikasi yang sekarang banyak beredar yakni perangkat *smartphone* berbasis android yang dengan mudah didapatkan dengan harga yang terjangkau (Hastriyandi & Munandar, 2018). 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.

Berdasarkan survei yang dilakukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), sebanyak 70% UMKM tidak bisa bertahan selama pandemi (Republika.co.id). Ada 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 (Kompas.com). Terdapat juga UMKM yang terpaksa harus berhenti beroperasi, pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang diterapkan pemerintah telah mempersempit kesempatan UMKM untuk beroperasi. Menkop dan Ukm, mengatakan berdasarkan hasil survei tercatat 40% UMKM yang akan berhenti karena terdampak pandemi covid-19, banyak dari pelaku UMKM yang terpaksa harus berhenti beroperasi lantaran tidak adanya pemasukan untuk memenuhi kebutuhan dan hasil pendapatan yang menurun selama pandemi (Merdeka.com). UMKM yang sampai saat ini masih bertahan selama pandemi covid-19, yaitu pelaku UMKM yang telah beralih ke teknologi digital, hal ini tentunya menjadi solusi yang tepat untuk memudahkan pelaku UMKM dalam memasarkan produknya, dan mampu mempertahankan bisnisnya selama pandemi.

Berdasarkan data Kementrian 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). Menurut hasil Badan Pusat Statistik tercatat sekitar 87% UMKM masih mengandalkan layanan *offline* mulai dari aktivitas jual-beli, pembukuan hingga perpajakan dan lain-lain (Sindonews.com). Namun di satu sisi, pandemi covid-19 juga membawa dampak positif bagi sektor UMKM, 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.

Beberapa dari pelaku UMKM sudah beralih ke teknologi digital dan dengan adanya transformasi digital kini pelaku UMKM lebih mudah untuk memasarkan produknya. 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*, 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 (Menjadiwirausaha.com). 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. Berdasarkan kasus berita yang saya temukan di trimbunnews.com yang ditulis oleh Bardjan, pada kamis 17 September 2020. Dengan judul “modal nekat berjualan kerupuk secara *online* dan baru dua bulan sudah mempunyai untung puluhan juta”. Dengan hal tersebut A (37), menunjukkan bahwa ia memiliki keyakinan diri yang tinggi, memiliki kegigihan, kelincahan dalam dirinya dan telah membuktikan bahwa ia berhasil meraih omzet puluhan juta selama dua bulan. Sedangkan dalam hasil wawancara yang saya lakukan pada A (21), menunjukkan bahwa ia memiliki keyakinan diri yang rendah, diikuti dengan rasa takut, tidak percaya diri, pesimis, dan hampir menyerah serta tidak adanya kemajuan dalam usaha bisnis *onlinenya*. Dan dalam memulai bisnis *online*, maka diperlukan keyakinan, keteguhan dan kegigihan dalam diri pelaku bisnis *online* pemula untuk mencapai hasil yang diinginkannya. 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. Pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki keyakinan diri yang tinggi, semakin percaya diri dengan kemampuannya untuk mencapai hasil yang diinginkannya. Sedangkan pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki keyakinan diri yang rendah, semakin tidak percaya diri dengan kemampuannya untuk mencapai hasil yang diinginkannya. 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*.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan Ningsih (2017) yang berjudul “Pengaruh Tingkat *Self Efficacy* Terhadap Tingkat Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik” menyebutkan bahwa adanya hubungan positif antara *self efficacy* dengan minat berwirausaha, semakin tinggi *self efficacy* maka semakin tinggi minat berwirausahanya, sebaliknya jika semakin rendah *self efficacy* maka semakin rendah pula minat berwirausahanya. Penelitian lainnya seperti yang dilakukan Syamsudin, Hakim dan Atmasari, (2019) yang berjudul “Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa” mengatakan Efikasi diri mempengaruhi minat berwirausaha dan semakin tinggi efikasi diri maka semakin tinggi minat wirausaha. Dan penelitian yang dilakukan Shoimah (2019) yang berjudul “Pengaruh *Self Efficacy* Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unisida Lamongan” mengatakan bahwa *Self efficacy* berpengaruh langsung terhadap minat berwirausaha mahasiswa yang berarti terdapat hubungan langsung. Apabila *self efficacy* semakin berkembang, maka minat berwirausaha mahasiswa juga akan meningkat. Kemudian penelitian yang dilakukan Mustofa & Ekawati (2017) yang berjudul “Keberanian Mengambil Risiko Memediasi Pengaruh Efikasi Diri dan Kebutuhan Akan Prestasi Terhadap Niat Berwirausaha” mengatakan bahwa efikasi diri berpengaruh terhadap keberanian mengambil risiko artinya jika efikasi diri meningkat maka keberanian mengambil risiko meningkat.

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 (1997) terdapat tiga dimensi dalam *self efficacy* yaitu yang pertama dimensi *level* yang mengacu pada taraf kesulitan tugas ketika individu merasa mampu untuk melakukannya. Kemudian yang kedua dimensi *strength* terkait dengan tingkat kekuatan *self efficacy* seseorang ketika menghadapi tuntutan tugas atau suatu permasalahan. Dan yang ketiga dimensi *generality* yang mengacu kepada taraf keyakinan dan kemampuan dirinya dalam menggeneralisasikan tugas dan pengalaman sebelumnya. Berdasarkan yang dikatakan oleh Bandura (1997) maka peneliti menduga bahwa pelaku bisnis *online* pemula yang diduga memiliki *self efficacy* tinggi adalah 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.

Berdasarkan yang dikatakan oleh Bandura (1997) maka peneliti juga menduga bahwa pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki *self efficacy rendah* adalah 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.

Peneliti menemukan fenomena yang diperoleh dari media berita *online* (tribunnews.com). Yang berupa hasil wawancara kepada seorang pelaku bisnis *online* pemula. Pada berita tersebut disebutkan bahwa A (37) dapat sukses dengan modal nekat berjualan kerupuk secara *online*. Bisnis yang A (37) jalankan baru berjalan dua bulan dan memperoleh keuntungan puluhan juta rupiah. Berdasarkan hasil informasi yang didapat pada A (37) bahwa pelaku bisnis *online* pemula A (37) mempunyai pengalaman yang tidak menyenangkan, semenjak ia berhenti bekerja dan tidak lama kemudian ia mulai untuk menaruh surat lamaran kembali ke setiap perusahaan namun tak ada satupun surat lamaran yang diterima oleh perusahaan. Dengan begitu ia memutuskan untuk berjualan kerupuk secara *online*, pelaku bisnis *online* pemula A (37) mulai membangun bisnisnya dengan usaha dan kerja keras yang dilakukannya terhadap bisnis *online* yang ia jalankan, kegigihan dan kelincahan serta tekad dan keyakinan yang ia miliki selama berbisnis *online* terlihat sangat besar sehingga ia mampu mencapai keberhasilan pada toko *online* kerupuk yang ia miliki, keberhasilan yang ia telah didapatkan kini mampu mendapatkan

omzet sebesar puluhan juta selama dua bulan menjalankan bisnisnya, dan produknya sudah terjual hampir diseluruh Nusantara serta telah memiliki *reseller* untuk membantunya berjualan. Dapat disimpulkan bahwa pelaku bisnis *online* pemula A (37) memiliki *self efficacy* yang tinggi. Pelaku bisnis *online* pemula dengan *self efficacy* yang tinggi biasanya memiliki sebuah kegagalan dimasalalu, namun kegagalan yang ia alami tentunya akan teratasi dengan usaha-usaha tertentu yang dapat memperkuat motivasi diri apabila pelaku bisnis *online* pemula menemukan lewat pengalamannya bahwa hambatan tersulit pun dapat diatasi melalui usaha yang terus-menerus. Sedangkan pelaku bisnis *online* pemula dengan *self efficacy* rendah biasanya jika mengalami kegagalan dimasalalu, ia akan takut untuk mencobanya kembali pengalaman kegagalan yang terjadi biasanya akan menurunkan keyakinan diri seseorang untuk bisa bangkit kembali.

Peneliti juga melakukan wawancara dan mendapatkan hasil wawancara dari pelaku bisnis *online* pemula yang mempunyai bisnis produk aksesoris wanita. Berikut informasi dari hasil wawancara yang didapatkan peneliti dengan pelaku bisnis *online* pemula yang berinisial A (21).

Berdasarkan informasi yang didapatkan pada pelaku bisnis *online* pemula A (21) selama berjualan *online* dimasa pandemi covid-19, pelaku bisnis *online* pemula penuh keraguan dalam menjalankan usaha bisnis *onlinenya*, yang dimana pelaku bisnis *online* pemula ragu dalam menjualkan produknya dan tidak percaya diri serta tidak yakin pada kemampuan yang dimilikinya. Terlihat pada kegagalan yang dialaminya dalam mencari peminat untuk membeli barang produknya, keyakinan serta percaya dirinya menjadi menurun dan ada rasa ingin menyerah begitu saja, serta pesimis dalam menjalankan bisnis *online* nya tersebut. Dapat disimpulkan bahwa pelaku bisnis *online* pemula A (21) memiliki *self efficacy* yang rendah. Pelaku bisnis *online* pemula dengan *self efficacy* rendah biasanya kurang yakin dan percaya diri akan kemampuannya, mudah menyerah, tidak berhasil melewati rintangan-rintangan yang terdapat pada bisnis *onlinenya* tersebut. Menurut Bandura (1977) Individu yang memiliki *self efficacy* yang tinggi akan cenderung memilih terlibat langsung. Individu yang memiliki *self efficacy* yang tinggi cenderung mengerjakan tugas tertentu, sekalipun tugas tersebut adalah tugas yang sulit. Mereka tidak memandang tugas sebagai suatu ancaman yang harus mereka hindari. Selain itu, mereka mengembangkan minat instrinsik dan ketertarikan yang mendalam terhadap suatu aktivitas, mengembangkan tujuan, dan berkomitmen dalam mencapai tujuan tersebut. Mereka juga meningkatkan usaha mereka dalam mencegah kegagalan yang mungkin timbul. Mereka yang gagal dalam melaksanakan sesuatu, biasanya cepat mendapatkan kembali *self efficacy* mereka setelah mengalami kegagalan tersebut. Individu yang memiliki *self efficacy* yang tinggi memiliki ciri-ciri sebagai berikut: 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.

Menurut Bandura (1977) Individu yang memiliki *self efficacy* yang rendah tidak berpikir tentang bagaimana cara yang baik dalam menghadapi tugas-tugas yang sulit. Saat menghadapi tugas yang sulit, mereka juga lamban dalam membenahi ataupun mendapatkan kembali *self efficacy* mereka ketika menghadapi kegagalan. Dalam melaksanakan berbagai tugas, mereka yang memiliki *self efficacy* rendah mencobapun tidak bisa, tidak peduli betapa baiknya kemampuan mereka yang sesungguhnya. Rasa percaya diri meningkatkan hasrat untuk berprestasi, sedangkan keraguan menurunkannya. Individu yang memiliki *self efficacy* yang rendah memiliki ciri-ciri sebagai berikut: 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.

Berdasarkan beberapa berita dan data pendukung lainnya serta fenomena yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Gambaran *Self Efficacy* Pelaku Bisnis *Online* Pemula.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang telah diuraikan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana gambaran *self efficacy* pelaku bisnis *online* pemula ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *self efficacy* pelaku bisnis *online* pemula.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengembangan di bidang psikologi kepribadian mengenai gambaran *self efficacy* pelaku bisnis *online* pemula.

2. Manfaat Praktis

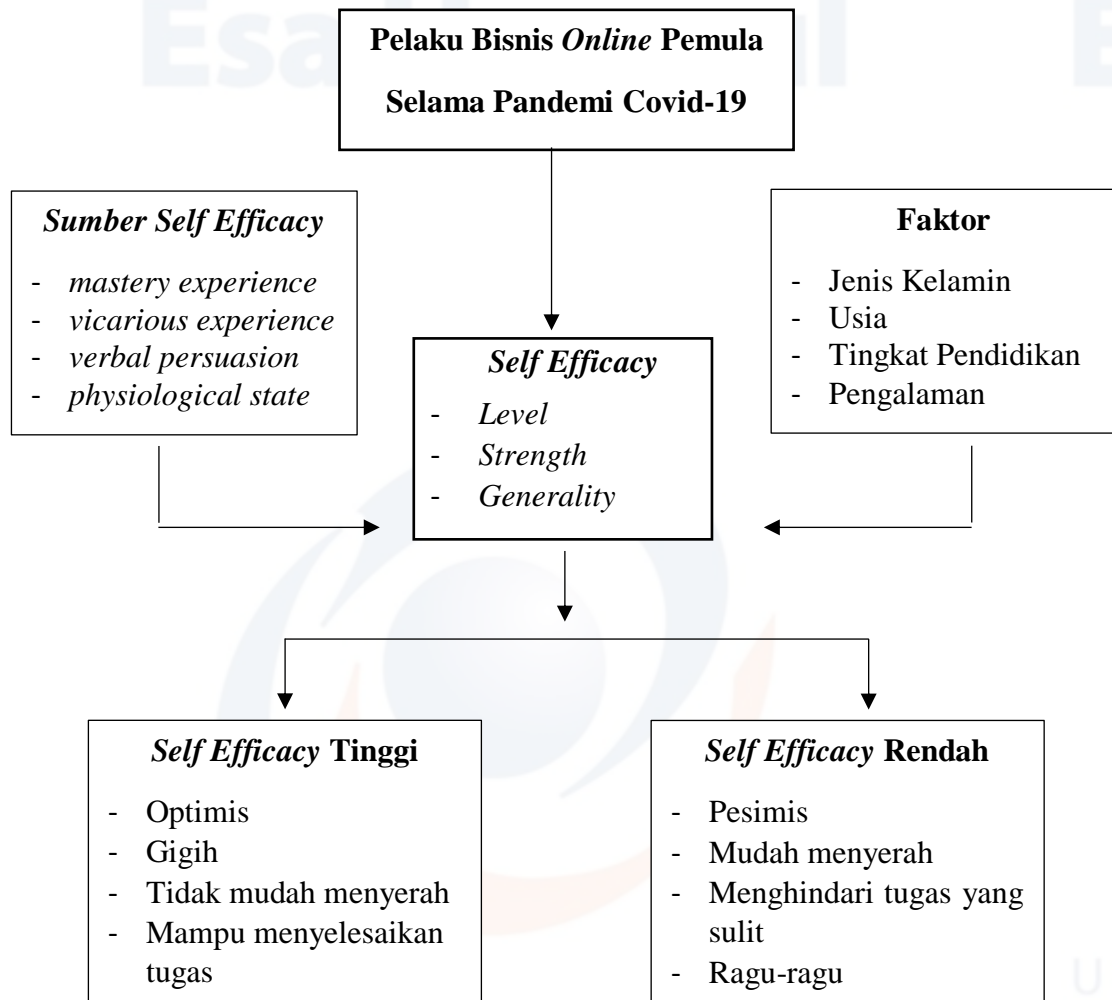
Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi pada pelaku bisnis *online* serta masyarakat untuk mengetahui pentingnya *self efficacy* dalam memulai bisnis *online* agar dapat mencapai hasil yang diinginkannya.

1.4. Kerangka Berpikir

Beberapa dari pelaku UMKM sudah memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produknya melalui media *online*. 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*, 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 *onlinenya*. pelaku UMKM yang 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*.

Menurut Bandura (1977) Individu yang memiliki *self efficacy* yang tinggi akan cenderung memilih terlibat langsung. Individu yang memiliki *self efficacy* yang tinggi cenderung mengerjakan tugas tertentu, sekalipun tugas tersebut adalah tugas yang sulit. Menurut Bandura (1977) Individu yang memiliki *self efficacy* yang rendah tidak berpikir tentang bagaimana cara yang baik dalam menghadapi tugas-tugas yang sulit. Saat menghadapi tugas yang sulit, mereka juga lamban dalam membenahi ataupun mendapatkan kembali *self efficacy* mereka ketika menghadapi kegagalan. Pelaku bisnis *online* pemula yang memiliki *self efficacy* tinggi adalah 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 *self efficacy* rendah adalah 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.

Berikut adalah kerangka bagan berpikir.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir