

Pengaruh Self Efficacy Dan Self Confidence Terhadap Kreativitas Pelaku Umkm Di Provinsi Gorontalo

Nurul Rahmatia Adju¹, Hedy Vanni Alam², Andi Yusniar Mendo³

Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia¹

Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia²

Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia³

E-mail: rahmatianrul@gmail.com

Abstract: *The objective of this research was to determine to what extent the effect of self-efficacy and self-confidence on creativity partially and simultaneously. This research samples were 100 respondents of MSME actors in Gorontalo Province. It employed a non-probability sampling technique where the data used were primary data. At the same time, the data analysis method applied multiple linear regression analysis, partial test, and simultaneous test. The research finding signified that self-efficacy partially had an effect on creativity, as indicated by the t-count value of $2.849 > 1.290$, while self-confidence had an effect on creativity with an r-count value of $6.662 > 1.290$. In the meantime, the results of the F-test indicated that the F-count value of 28.278 was lower than the F-table of 3.94 with a significance level of 0.05 . This meant that self-efficacy and self-confidence simultaneously affected the creativity of MSME actors in Gorontalo Province. The value of R-Square in this research was 0.368 , included in the medium category, meaning that the self-efficacy and self-confidence variables could explain the creativity variable of 36.8% . In comparison, the remaining 63.2% was affected by other variables that were not explained in this research, such as self-esteem, self-concept, product innovation, and marketing strategy variables.*

Keywords: *Self-Efficacy; Self-Confidence; Creativity*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Self Efficacy dan Self Confidence berpengaruh terhadap kreativitas secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan 100 sampel responden pelaku UMKM di Provinsi Gorontalo. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel non probability sampling dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji parsial dan uji simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial efikasi diri berpengaruh terhadap kreativitas ditunjukkan dengan nilai t hitung $2,849 > 1,290$, sedangkan Self Confidence berpengaruh terhadap kreativitas dengan nilai r hitung $6,662 > 1,290$. Sedaangkan hail penelitian uji F menunjukkan F hitung $28,278 < F$ tabel $3,94$ dengan taraf signifikan $0,05$. Artinya Self Efficacy dan Self Confidence secara simultan mempengaruhi kreativitas pelaku UMKM di Provinsi Gorontalo. Nilai R Square dalam penelitian ini adalah variabel self efficacy dan self confidence dalam menjelaskan variabel kreativitas sebesar $0,368$ atau $36,8\%$ masuk kategori sedang, $63,2\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti variabel self esteem, self concept, inovasi produk, strategi pemasaran.

Kata Kunci: *Self Efficacy; Self Confidence; Kreativitas.*

PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro dengan jumlah asset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omzet Rp 300 juta sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria. Usaha Kecil dengan jumlah asset lebih dari

Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan omzet total Rp 300 juta sampai Rp 2,5 milyar sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 milyar dan omzet total Rp 2,5 milyar sampai 50 milyar sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Berikut ini adalah definisi UMKM yang berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (No. 589/MPP/KEP/10/1999).

Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia sangat penting dalam krisis ekonomi yang terbukti menyelamatkan perekonomian bangsa. Banyaknya usaha yang berskala besar mengalami kemerosotan dan bahkan terhentinya aktivitas usaha, UKM telah terbuktilebih

tanggung dalam menghadapi krisis ekonomi, Menurut Ketua Dewan Direktur CIDES (Center For Information and Development Student) Rohman Hadiwijoyo yang menyatakan pendapatnya melalui Kompas.com, Menurutnya ada 3 (tiga) faktor yang membuat UKM bisa bertahan pada krisis ekonomi yaitu sebagai berikut : 1. Umumnya UKM menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat, Menurutnya pendapatan masyarakat yang merosot ketikan krisis ekonomi tidak berpengaruh banyak terhadap permintaan barang dan jasa yang dihasilkan UKM.

Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi masyarakat UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar khususnya di negara berkembang. Dampak yang berpengaruh positif dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa dan dapat mengurangi jumlah pengangguran.

Tabel 1. Database Aktif pertumbuhan UMKM di Provinsi Gorontalo pada tahun 2018-2020

TAHUN	KLASIFIKASI USAHA			JUMLAH
	MIKRO	KECIL	MENENGAH	
2018	60087	3630	618	64335
2019	63121	3782	636	67539
2020	88787	5271	717	94829

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perindustrian/Perdagangan Modal Provinsi Gorontalo

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka UMKM mampu memperluas potensi kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Pengembangan dalam hal penciptaan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro, ataupun usaha kecil.

Proses Perkembangan UMKM saat pandemi dan sebelum pandemi itu melonjak naik karena adanya stimulus atau bantuan dari pemrov. Banyak UMKM yang bermunculan dan tidak sedikit pun usaha mereka mengalami kebangkrutan. Sehingga perbedaan perkembangan UMKM saat pandemic dan sebelum itu tergantung bagaimana pelaku UMKM itu bisa survive disaat pandemic, misalkan memanfaatkan teknologi informasi melalui sistem mengingat jumlah pengangguran meningkat bahkan modal pemasaran produk pun beralih ke sistem online tak kalah juga bantuan stimulasi dari pemerintah berkembangnya UMKM di Provinsi Gorontalo turut mendorong/menumbuhkan perekonomian daerah mengingat UMKM adalah penggerak ekonomi di daerah, olehnya itu peran pemerintah pun melalui Diskumperindag di tuntut untunk memberikan pendampingan secara menyeluruh antara lain, meningkatkan akses pasar. Pelaku UMKM dituntut agar bisa berpikir kreatif untuk bisa terus mengembangkan usahanya. Adapun yang harus dikembangkan oleh setiap pelaku umkm yaitu kepercayaan dan keyakinan diri.

Kepercayaan diri (self confidence) yang dimiliki setiap individu dalam memandang dirinya dengan mengacu pada konsep diri. Selain itu self confidence juga akan memberikan motivasi terhadap pencapaian keberhasilan seseorang dalam memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi. Sehingga semakin tinggi rasa kepercayaan seseorang terhadap kemampuan diri sendiri, semakin kuat pula semangat untuk menyelesaikan pekerjaannya (Hendriana, 2014).

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pengertian penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2012) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan data umumnya dilakukan secara random, pengambilan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam suatu penelitian harus disebutkan secara tersurat, yaitu yang berkenaan dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang dicakup. Tujuan diadakan populasi adalah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi (Usman Akbar: 2009)

Data populasi dalam penelitian ini berjumlah 94.829 orang. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2021. Apabila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitian populasi. Jika subjeknya lebih dari 100 dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%. Jika pada penelitian ini pengambil data primer berjumlah 100 Pelaku Usaha UMKM antara Gender Laki-laki dan Gender Perempuan adalah 50% : 50% sehingga sampel yang diambil adalah 50 Gender Laki-laki dan 50 Gender Perempuan serta lebih mengutamakan yang memiliki surat izin usaha.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dan kuesioner atau angket. Dengan cara menyebarkan link kuesioner yang sudah dibuat dan dibagikan kepada para pelaku UMKM di Provinsi Gorontalo.

Teknik Analisis Data

Dengan pengujian Instrumen Penelitian seperti pengujian Validitas dan Pengujian Reliabilitas. Uji Asumsi Klasik seperti (1) Uji Normalitas, (2) Uji Multikolinieritas, (3) Uji heteroskedastisitas, (4) Uji Regresi Linier. Pengujian Hipotesis seperti (1) Uji Parsial (Uji-T), (2) Uji Simultan (Uji-F), (3) Koefisien Determinasi R².

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Acuan pengambilan keputusan dalam menentukan apakah kuisisioner validitas adalah dengan melihat nilai pearson correlation Jika kofisien validitas > nilai kritis (0,30) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Pada variabel *self efficacy* (X1), variabel *self confidence* (X2), dan variabel kreativitas (Y) dinyatakan valid dimana hasil pearson correlation menunjukkan bahwa nilai lebih besar dari 0,3 sehingga peneliti menyimpulkan kuesioner yang digunakan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Dalam pnelitian ini digunakan rumus Alpha Cronbach (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alpa Cronbach > 0.60 (Gozhali, 2018), maka kuisisioner dinyatakan reliabel.

Tabel 2 Uji Reliabilitas Kepercayaan, Kemudahan, dan Keputusan Pembelian

Variabel	Cronbach Alpha	Cut Off	Jumlah Pernyataan	Keterangan
<i>Self Efficacy</i>	0,787	0,6	11	Reliabel
<i>Self Confidence</i>	0,915	0,6	13	Reliabel
Kreativitas	0,824	0,6	12	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengujian cronbach alpha diatas terlihat bahwa variabel *self efficacy* (X1), variabel *self confidence* (X2), dan variabel kreativitas (Y) dinyatakan reliabel karena memiliki

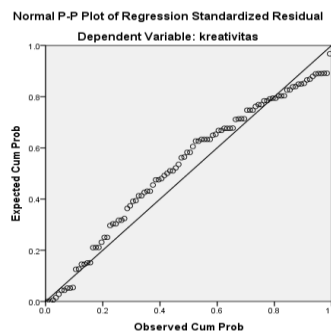
koefisien cronbach alpha > 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan pada variable X1, X2 dan Y dalam penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu persyaratan yang penting untuk menguji signifikansi koefisien regresi. Pengujian normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test. Jika tingkat signifikansi probabilitas > 0.05 maka data penelitian berdistribusi normal (Ghozali,2018).

Tabel 3 Uji Normalitas



Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 22

Bedasarkan Grafik Normalitas diatas diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan keseluruhan data berdistribusi mengikuti arah garis diagonal, namun ada satu data yang berdiri sendiri akan tetapi masih berada dalam jalur diagonal. Maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance > 0,1 atau nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terdapat Multikolinieritas diantara variable independent.

Tabel 3 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	25.345	4.135		6.130	.000		
	self efficacy	.059	.070	.073	.849	.398	.870	1.150
	self confidence	.452	.068	.576	6.662	.000	.870	1.150

a. Dependent Variable: kreativitas

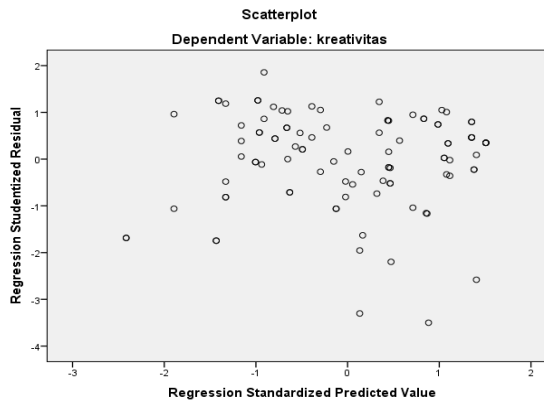
Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 22

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai tolerance dari variabel independen Self Efficacy (X1) dan Self Confidence (X2) adalah 0.870 > 0,10 sementara variabel bebas memiliki masing-masing nilai VIF 1.150 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Grafik 1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 22

Berdasarkan gambar diatas pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu dan tidak ada pola yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dilihat dari gambar tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X terhadap satu variabel Y. Berikut adalah hasil analisis regresi linier:

Tabel 4 Regresi Linier

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	25.345	4.135		6.130	.000		
	self efficacy	.059	.070	.073	.849	.398	.870	1.150
	self confidance	.452	.068	.576	6.662	.000	.870	1.150

a. Dependent Variable: kreativitas

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis diatas, model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 25,345 + 0,359 + 0,452 + e$$

Nilai konstanta sebesar 25,345 menunjukkan nilai rata-rata variabel Kreativitas sebesar 25,345 dengan ketentuan nilai variabel Self Efficacy dan Self Confidance bernilai konstan. Nilai koefisien regresi variabel X1 (Self Efficacy) sebesar 0,359 atau sebesar 35,9% menunjukkan setiap perubahan variabel Self Efficacy sebesar 1 satuan maka meningkatkan Kreativitas sebesar 35,9%. Nilai koefisien regresi variabel X2 (Self Confidance) sebesar 0,452 atau sebesar 45,2% menunjukkan setiap perubahan variabel Self Confidance sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Kreativitas 45,2%.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. pengujian pengaruh secara parsial dari variabel bebas (Gaya Hidup dan Sikap Konsumen) terhadap variabel terikat yakni Minat beli. Tingkat kepercayaan yang digunakan 95% atau taraf signifikan 5%. Dari analisis data menggunakan SPSS V.22 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5 Uji Parsial (Uji-t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.345	4.135		6.130	.000
	<i>Self Efficacy</i>	.359	.370	.373	2.849	.000
	<i>Self Confidence</i>	.452	.168	.576	6.662	.000

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 22

Diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,849 dan nilai t tabel (2,849>1,290). Dapat di jelaskan bahwa self efficacy mempengaruhi kreativitas sebesar 0,359 atau 35,9%. Diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 6,662 dan nilai t tabel sebesar 1,290. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel (6,662>1,290), H2 (self confidence terhadap kreativitas) diterima. Dapat di jelaskan bahwa self confidence mempengaruhi kreativitas sebesar 0,452 atau 45,2%.

Uji Simultan (Uji-f)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Cara mengujinya yaitu dengan melihat kolom F dan nilai signifikansi yang terdapat dalam tabel anova. Dari analisis data menggunakan SPSS V.22 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6 Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	523.363	2	261.682	28.278	.000 ^b
	Residual	897.637	97	9.254		
	Total	1421.000	99			
a. Dependent Variable: KREATIVITAS						
b. Predictors: (Constant), <i>SELF EFFICACY</i> , <i>SELF CONFIDANCE</i>						

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dilihat bahwa nilai F_hitung (28,278) sedangkan nilai F_tabel pada tingkat signifikansi 5% sebesar (3,94). maka dapat disimpulkan bahwa F_hitung (28,278) lebih besar dari F_tabel (3,94) yang artinya hipotesis diterima. Cara mencari F_tabel yaitu menggunakan probability df yang tertera pada tabel Uji f (lampiran).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Koefisien determinasi berupaya untuk mengukur kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) pada suatu persamaan regresi. Nilai koefisien determinan (R²) berkisar antara nol sampai

dengan satu atau $0 \leq R^2 \leq 1$. Dari analisis data menggunakan SPSS V.22 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7 Uji Determinasi

Model Summary^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.607 ^a	.368	.355	3.042	.368	28.278	2	97	.000
a. Predictors: (Constant), X2, X1									
b. Dependent Variable: Y									

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan dengan dengan angka atau nilai r square sebesar 0,368, maka dapat disimpulkan bahwa variasi variabel independen Self Efficacy (X1) dan Self Confidence (X2) dalam menjelaskan variabel dependen (Kreativitas) sebesar 0,368 atau 36,8% sedangkan 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti variabel self esteem, self concept, inovasi produk, strategi pemasaran.

PEMBAHASAN

Pengaruh Self Efficacy Terhadap Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Namun menurut Antonius dalam Suryana (2014:74) Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan gagasan-gagasan baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Seseorang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia berada, dengan demikian baik perubah di dalam individu mampu di dalam lingkungan dapat menunjang atau dapat menghambat upaya kreatif. Implikasinya ialah bahwa kemampuan kreatif dapat ditingkatkan melalui pendidikan Munandar (2016:12). Proses kreativitas, dapat dipahami bahwa, sebuah kreativitas tidak akan tercipta secara langsung dan dapat diaplikasikan secara langsung pula dalam kehidupan atau kegiatan sehari-hari, ada proses yang harus dilakukan serta terdapat tahapan yang perlu dilakukan guna terciptanya kreativitas yang maksimal untuk diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari atau bahkan diaplikasikan ke dalam kegiatan bisnis.

Dalam persaingan dunia bisnis yang semakin ketat merupakan hal yang tidak dapat di hindari oleh pelaku usaha sehingga pelaku usaha dituntut untuk dapat memahami dan mengerti dinamika/perubahan yang sering terjadi didunia bisnis. Dengan mengetahui langkah-langkah Self Efficacy yang harus dilakukan untuk dapat menjawab dinamika dunia bisnis dan kebutuhan juga keinginan konsumen, serta dalam upaya untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha. Self Efficacy yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui keyakinan diri dan kemampuan diri merupakan mekanisme pelaku usaha untuk mengembangkan ide-ide dalam lingkungan usaha (Silfna, 2015). Self Efficacy yang di lakukan pada keyakinan diri sangat diperlukan dengan tujuan untuk mempertahankan usaha yang dijalankan.

Pengaruh Self Confidence Terhadap Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Namun menurut Antonius dalam Suryana (2014:74) Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan gagasan-gagasan baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Seseorang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia berada, dengan demikian baik perubah didalam individu mampu di dalam lingkungan dapat menunjang atau dapat menghambat upaya kreatif. Implikasinya ialah bahwa kemampuan kreatif dapat ditingkatkan melalui pendidikan Munandar (2016:12). Proses kreativitas, dapat dipahami bahwa, sebuah kreativitas tidak akan tercipta secara langsung dan dapat diaplikasikan secara langsung pula dalam kehidupan atau kegiatan sehari-hari, ada proses yang harus dilakukan serta terdapat tahapan yang perlu dilakukan guna terciptanya kreativitas yang maksimal untuk diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari atau bahkan diaplikasikan kedalam kegiatan bisnis.

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia usaha merupakan hal yang tak dapat dihindari oleh pelaku usaha sehingga pelaku usaha dituntut untuk dapat memahami dan mengerti bagaimana cara bersaing di dalam dunia usaha. Keunggulan tersebut merupakan salah satu penguat daya tawar pelaku usaha yang lebih kepada konsumen. Self Confidence dapat terwujud melalui sikap positif, optimis, dan kepercayaan diri dan memulai usaha (Busro, 2018).

Pengaruh Self Efficacy Dan Self Confidence Terhadap Kreativitas Pelaku UMKM Di Provinsi Gorontalo

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa Self Efficacy dan Self Confidence berpengaruh terhadap Kreativitas Pelaku UMKM Di Provinsi Gorontalo. Sehingga dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai Self Efficacy dan Self Confidence berpengaruh terhadap kreativitas diterima.

Para pelaku usaha UMKM di provinsi gorontalo memiliki sebuah Self efficacy/keyakinan diri individu terhadap kemampuan mereka dalam melakukan suatu hal. Hal ini ditandai dengan para pelaku usaha mampu meyakinkan diri dalam menghadapi situasi sulit, dan mampu memotivasi diri agar terus berkerja keras sehingga tujuan usaha tercapai. Memiliki Self Confidence/kepercayaan diri yang merupakan suatu sikap atau perasaan yakin atas kemampuan dirinya sendiri. Dimana para pelaku umkm mampu menumbuhkan rasa percaya diri ketika menghadapi masalah serta mampu mengatasi berbagai kegagalan yang dialami dengan melakukan usaha-usaha yang lebih dalam, sehingga mampu mencapai keinginannya. Para pelaku UMKM di provinsi Gorontalo juga memiliki kemampuan dalam mengembangkan ide-ide baru untuk menemukan suatu inovasi dalam pemecahan masalah.

Hubungan antara self efficacy dan self confidence terhadap kreativitas yaitu ketika seseorang memiliki kepercayaan diri yang tinggi maka seseorang akan dapat mencapai sebuah kreativitas yang tinggi juga. Apabila seseorang merasa kurang percaya atas kemampuan dirinya sendiri, maka hal tersebut akan membuat seseorang menghindari tantangan yang akan dihadapi. Kepercayaan dan keyakinan atas kemampuan diri seseorang merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kreativitas.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat, 2017; Leonard & Amanah, 2014) ia menyatakan bahwa terdapat pengaruh baik Self Confidence terhadap kemampuan kreatif matematis siswa SMP, karena siswa yang memiliki Self Confidence dan Self Efficacy dalam matematis cenderung lebih kreatif yaitu memiliki ide yang banyak dalam penyelesaian soal atau memiliki lebih dari satu cara dalam menyelesaikan soal, memandang suatu permasalahan dari berbagai sudut pandang sehingga ide yang didapat cenderung unik serta dapat merinci permasalahan. Hal ini dikarenakan siswa yang memiliki Self Confidence dan Self Efficacy tinggi dapat membentuk keyakinan pada dirinya tentang kemampuan untuk pantang menyerah dalam menghadapi permasalahan yang diberikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarika kesimpulan sebagai beriku:

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Self Efficacy berpengaruh terhadap kreativitas. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai Self Efficacy berpengaruh terhadap kreativitas diterima.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Self Confidence berpengaruh terhadap kreativitas. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai Self Confidence berpengaruh terhadap kreativitas diterima
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Self Efficacy dan Self Confidence secara simultan berpengaruh terhadap kreativitas. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai Self Efficacy dan Self Confidence berpengaruh terhadap kreativitas diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Hendrawan, Ferri Kuswanto, Hari Sucahyawati, 2019. Dimensi Kreativitas Dan Pengembangan Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi). Vol 2, No 1
- Bunga Aditi, H.M. Hermansyur, 2017. Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Di Kota Medan. Jurnal Manajemen Tools. Vol 7, No 1
- Dewi, Rahma Puspa, 2021. Pengaruh Media Sosial Dan Rasa Percaya Diri (Self Confidence) Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis USU.
- Efendi Febriansyah, Muhajirin, 2020. Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima. Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan. Vol 2, No 2
- Ernani Hadiyati, 2012. Kreativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil. Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan. Vol 1, No 3
- Fariyatus Sa'adah, Ettie Rukmigarsari, Tri Candra Wulandari, 2021. Pengaruh Self Confidence Dan Self Efficacy Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis. Jurnal penelitian, pendidikan, dan pembelajaran . Vol 16, No 12
- Fitriani Kadir, 2018. Pengaruh Self Action Dan Self Efficacy Terhadap Kreativitas Mahasiswa Dalam Kegiatan Praktikum Fisika Dasar Jurusan Pendidikan Fisika. Jurnal Pendidikan Fisika. Vol 6, No 3
- Garaika, Helisia Margahana, 2019. Self Efficacy , Self Personality And Self Confidence On Entrepreneurial Intention : Study On Young Enterprises. Jurnal Of Entrepreneurship Education. Vol 22, No 1
- Gelmar Garcia Vidal, Alexander Sanchez Rodriguez, Rey Perez Campdesuner and Rodobaldo Martinez Vivar, 2019. The Impact Of Self Confidence, Creativity And Vision On Leadership Performance: Perceptions At Ecuadorian Smes Owner/Managers. Serbian Journal Of Management. Vol 14, No 2
- H. Mochamad Edwar Romli, 2019. Kreativitas dan Inovasi Dalam Pemasaran Untuk Mempertahankan Dan Mengembangkan Kinerja Merek. Jurnal Media Wahana Ekonomika. Vol 16, No 3
- Herdianti, Muslim Wijaya, dan Teddi Pribadi, 2021. Pengaruh Self Confidence Dan Pendelegasian Wewenang Terhadap Kinerja Karyawan Pada PTPN IV Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. Vol 2, No 2
- Indria, 2021. Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Transformasi Digital Terhadap Kewirausahaan UMKM Di Pangkalpinang. Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPM). Vol 8, No 2
- Juniaty Ismail, 2021. Analisis Dampak Covid 19 Pada UMKM PROVINSI GORONTALO. Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen. Vol 10, No 2
- Kamila, A. S., Alda Septiliani, Sri Suwarsi, and Rusman Frenrika, 2020. Pengaruh Self Efficacy Dan Self Confidence Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Penjualan PT. Unza Vitalis Bandung. Prosiding Manajemen, Vol 6, No 1
- Leon Agustina. 2020. Hubungan Self Confidence Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Angkatan 2016 IAIN Bukittinggi. IAIN BUKITTINGGI
- Maskarto Lucky Nara Rosmadi, 2021. Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika. Vol 4, No 2

- Parwisagita, A. S, 2021. Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Kreativitas Terhadap Keinginan Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Muhammadiyah 2 Ngawi. (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Punto, S., 2013. Pengaruh Kreativitas Dan Sikap Mandiri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2010/2011 Universitas Muhammadiyah Surakarta. (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ratno Purnomo, Sri Lestari, 2010. Pengaruh Kepribadian, Self Efficacy , Dan Locus Of Control Terhadap Persepsi Kinerja Usaha Skala Kecil Dan Menengah. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE). Vol 17, No 2
- Rr Ponco Dewi Karyaningsih, Agus Wibowo, 2017. Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis. Vol 5, No 2
- Tamia Septiani, Muhammad Abdussalam Hudanagara, Heris Hendriana, Ika Wahyu Anita, 2018. Pengaruh Self Confidence Dan Self Efficacy Terhadap Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis Siswa SMP. Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif. Vol 1, No 2