

## THE INFLUENCE OF RELIGIOSITY AND OPTIMISM ON THE RESILIENCE OF MSME ENTREPRENEURS: A CAUSAL EXPERIMENTAL STUDY

Dian Fitri<sup>1\*</sup>, Amin Akbar<sup>2</sup>, Firunika Intan Cahyani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Psychology, Universitas Gunadarma

<sup>2</sup>Department of Psychology and Health, Universitas Negeri Padang

<sup>3</sup>Department of Sport Science, Universitas Negeri Padang

### Article Info

#### Article History

Submitted:

Final Revised:

Accepted:

### Abstract

**Background:** The challenges faced by MSME entrepreneurs after the Covid-19 pandemic resemble a natural selection process that tests patience and resilience in navigating difficult times. **Objective:** This study aims to examine the influence of religiosity and optimism on the resilience of MSME actors affected by the Covid-19 pandemic. **Method:** This research employs a causal-experimental design, with religiosity and optimism as exogenous variables and resilience as the endogenous variable. The sample was determined using a non-probability sampling technique. Resilience was measured using the Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC), adapted to the aspects proposed by Connor and Davidson (2003). **Results:** (a) Religiosity significantly and directly affects resilience ( $p = 0.000 < 0.05$ ) with an estimated value of 0.373. The positive estimate indicates that higher religiosity corresponds to greater resilience. (b) Optimism significantly and directly affects resilience ( $p = 0.000 < 0.05$ ) with an estimated value of 1.256. This positive estimate shows that higher optimism leads to greater resilience. **Conclusion:** Resilience among MSME actors is significantly influenced by both religiosity and optimism.

**Keywords:** Resilience, Optimism, Religiosity, MSMEs, Covid-19



This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license

Copyright © 2025 by Author,  
Published by Universitas  
Muhammadiyah Gresik

### Abstrak

**Latar Belakang:** Tantangan yang dihadapi pelaku UMKM setelah pandemi Covid-19 bagaikan proses seleksi alam yang menguji kesabaran dan ketangguhan dalam melewati masa sulit. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan optimisme terhadap resiliensi pelaku UMKM yang terdampak pandemi Covid-19. **Metode:** Penelitian ini menggunakan desain kausal-eksperimental dengan variabel eksogen (religiusitas dan optimisme) serta variabel endogen (resiliensi). Sampel ditentukan dengan teknik non-probability sampling. Resiliensi diukur menggunakan Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC) yang telah diadaptasi sesuai aspek yang diajukan Connor dan Davidson (2003). **Hasil:** (a) Religiusitas berpengaruh langsung dan signifikan terhadap resiliensi ( $p = 0.000 < 0.05$ ) dengan nilai estimasi 0.373. Nilai positif ini menunjukkan semakin tinggi religiusitas maka semakin tinggi pula resiliensi. (b) Optimisme berpengaruh langsung dan signifikan terhadap resiliensi ( $p = 0.000 < 0.05$ ) dengan nilai estimasi 1.256. Nilai positif ini mengindikasikan semakin tinggi optimisme maka semakin tinggi resiliensi. **Kesimpulan:** Religiusitas dan optimisme terbukti berpengaruh signifikan dalam meningkatkan resiliensi pelaku UMKM pasca pandemi Covid-19.

**Kata Kunci:** Resiliensi, Optimisme, Religiusitas, UMKM, Covid-19.



## PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Peran penting tersebut yaitu UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat, dan pengurangan ketimpangan ekonomi. Namun, Pandemi Covid-19 telah menghancurkan sendi-sendi ekonomi, baik di level global maupun nasional, pertumbuhan ekonomi negara maju seperti Amerika Serikat, Italia, Perancis, Jerman, dan Korea Selatan sudah mencapai minus 17%–20% (Agustina et al., 2021). Sementara itu, berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdurrahman terdapat 1.785 koperasi dan sebanyak 163.713 pelaku UMKM yang terdampak pandemi Covid-19. Mayoritas koperasi yang terdampak bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari. Sedangkan sektor UMKM yang paling banyak terdampak adalah UMKM makanan, minuman, industry kreatif dan juga pertanian. Penurunan penjualan terbesar dialami UMKM yang mengandalkan penjualan langsung, reseller dan toko fisik (Biro Kerja Sama, Hukum, dan Humas, 2020).

Berikutnya, berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh United Nations Development Programme (UNDP) dan Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Universitas Indonesia (LPEM UI), pada saat itu lebih dari 48% UMKM menghadapi masalah bahan baku, 77% kehilangan pendapatan, 88% UMKM kehilangan permintaan produk, dan bahkan 97% UMKM kehilangan nilai aset. Menurut Purnomo (2020) diketahui bahwa, COVID 19 memberikan empat dampak utama pada UMKM dan sektor informal. Pertama, penurunan penjualan karena kebijakan pembatasan mobilitas sosial yang diterapkan oleh pemerintah seperti PSBB, work from home, study from home dan lainnya yang berdampak pada perubahan perilaku konsumen yang mana lebih memilih untuk tetap tinggal di rumah yang kemudian berdampak pada penjualan yang lemah. Kedua, terbatasnya pasokan bahan baku yang berdampak pada sulitnya mendapatkan bahan baku produksi. Ketiga kesulitan membayar pinjaman hal ini terjadi karena turunnya pendapatan dan yang terakhir adalah masalah PHK karyawan.

Kehidupan setelah pandemi berakhir pun tidak membuat kondisi perekonomian Indonesia cepat pulih. Diketahui menurut data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65 juta. UMKM ini tersebar di berbagai sektor, termasuk kuliner, fashion, kerajinan tangan, hingga teknologi digital. Menurut Lisnawati (2024) beberapa tantangan yang dihadapi UMKM diantaranya pertama keterbatasan kemampuan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dan literasi digital. Digitalisasi UMKM tidak hanya sekedar mengembangkan produk melalui pemasaran online untuk memperluas pangsa pasar, melainkan juga mengubah cara berpikir UMKM tentang menggunakan teknologi digital. Kedua, dalam hal pembiayaan, banyak UMKM masih belum dapat menyusun laporan pembukuan dan administrasi keuangan secara digital. Ketiga, dari segi produksi, kemampuan UMKM untuk memenuhi standarisasi produk seringkali menghalangi keinginan UMKM untuk memperluas pasar ekspor berbasis digital. Keempat, hal lain yang menghambat aktivitas digital ekonomi, terutama bagi UMKM adalah regulasi dan prosedur bisnis lintas batas yang kompleks, mahal, dan memakan waktu. Kelima inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standarisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan,

pelatihan, dan fasilitas, serta basis data tunggal adalah tantangan lain ke depan yang harus dia  
UMKM.

Pada ilmu Psikologi resiliensi dipahami sebagai kemampuan untuk bangkit kembali setelah mengalami kesulitan, untuk melanjutkan kehidupan dengan harapan akan menjadi lebih baik (Rutter, 2006). Pernyataan lain tentang resiliensi yang dikemukakan oleh Reivich dan Shatte (2002) menjelaskan bahwa resiliensi merupakan kemampuan untuk mengatasi dan beradaptasi terhadap kejadian yang berat atau masalah yang terjadi dalam kehidupan. Berikutnya, Individu mampu bangkit dari trauma yang mereka hadapi apabila memiliki resiliensi yang baik. Individu belajar bahwa kesulitan atau kegagalan bukanlah berakhir dan mencari pengalaman baru yang lebih menantang. Kesulitan atau kegagalan memang akan membuat orang menjadi terpuruk hingga mengalami kecemasan dan depresi namun dengan adanya kemampuan resiliensi dalam diri manusia akan membuat manusia melihat makna dari kesulitan atau kegagalan tersebut dan terhindar dari kecemasan dan depresi (Nasution, 2011). Konsep resiliensi bagi para pelaku UMKM merupakan kemampuan untuk bertahan dalam kondisi kritis, tetapi juga dalam menghadapi semua situasi kritis (Aldianto et al., 2021). Resiliensi memiliki dampak positif bagi pelaku UMKM hal ini dikarenakan makna dari resiliensi “bangkit kembali” atau bagian dari kemampuan untuk beradaptasi yang ditunjukkan seseorang dalam menghadapi kesulitan hidup (Gorjian Khanzad & Gooyabadi, 2021). Akan tetapi meskipun demikian Resiliensi hanya dapat diwujudkan apabila setiap manusia mau belajar terutama saat menghadapi kesulitan dan kegagalan serta tidak berlebihan dalam bersuka cita ketika berada dalam kondisi kegembiraan atau keberhasilan (Nafiati & Mulyani, 2020; Asrun & Nurendra, 2021; Desmita, 2005).

Melalui resiliensi para pelaku UMKM untuk bangkit dalam menghadapi beragam krisis dan melanjutkan kelangsungan usahanya dengan menerapkan banyak cara. Upaya dalam menjawab tantangan paska pandemi bagi pelaku UMKM tersebut, peneliti menemukan adanya empat variabel yang memengaruhi kesejahteraan psikologis pelaku UMKM paska pandemi. Variabel-variabel yang dimaksud adalah (1) Religiusitas, (2) Optimisme (3) Sikap Digital marketing dan (4) dukungan sosial. Adapun penjelasan dari setiap variabel antara lain sebagai berikut: Pertama adalah variabel religiusitas dipilih karena ada keterkaitan resiliensi dan religiusitas dimana tantangan paska pandemi Covid-19 belum memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM untuk bangkit menjadi lebih baik lagi. Oleh karenanya, diperlukan strategi dalam meningkatkan ketahanan terhadap religiusitas agar dapat tetap survive pada paska pandemi. Kedua adalah optimisme dipilih sebagai suatu sikap individu yang memiliki harapan kuat terhadap segala sesuatu walaupun sedang menghadapi masalah, karena individu tersebut yakin mampu memecahkannya (Roelyana & Listiyandini, 2016). Tantangan paska pandemic menjadi titik rendah untuk tetap bertahan mencari peluang rezeki bagi pelaku UMKM di tengah gencarnya digital marketing sebagai evolusi perekonomian Indonesia. Ketiga adalah penggunaan digital marketing sebagai salah satu upaya dalam mengatasi permasalahan ekonomi di era new normal. Optimalisasi Komersial Elektronik dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan daya saing produk dan daya beli masyarakat sehingga kelesuan di bidang ekonomi paska pandemi tidak semakin berlarut. Namun demikian semakin tinggi penggunaan media digital selalu disertai dengan dampak positif dan negatif yang harus dimitigasi bersama baik oleh pemerintah, pelaku usaha, maupun konsumen itu sendiri (Orinaldi, 2020). Tantangan paska pandemic Covid-19 bagi penggerak atau pengusaha UMKM, ibarat seleksi alam yang menguji kecerdasan adversitas dan kemampuan bertahan serta tegar dalam melalui masa-masa sulit (resilience). Berdasarkan temuan penelitian ini,

dapat disimpulkan bahwa religiusitas dan optimisme memiliki pengaruh signifikan terhadap resiliensi para pelaku UMKM. Hasil ini menegaskan bahwa faktor internal, seperti keyakinan religius dan sikap optimis, serta faktor eksternal berupa dukungan sosial, saling berkontribusi dalam membangun ketahanan para pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan. Oleh karena itu, upaya peningkatan resiliensi UMKM sebaiknya mempertimbangkan penguatan aspek religiusitas, optimisme, agar mereka lebih mampu bertahan dan berkembang di tengah dinamika bisnis yang terus berubah. Adapun hipotesis penelitian antara lain sebagai berikut:

1. **H1:** Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi pelaku UMKM pasca pandemi Covid-19.
2. **H2:** Optimisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi pelaku UMKM pasca pandemi Covid-19.
3. **H3:** Dukungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi pelaku UMKM pasca pandemi Covid-19.
4. **H4:** Religiusitas, optimisme, dan dukungan sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi pelaku UMKM pasca pandemi Covid-19.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen kausal dimana variabel penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini terdiri dari variabel eksogen (religiusitas dan optimisme), dan juga variabel endogen (resiliensi).

### Sampel atau Populasi

Penentuan sampel penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik menentukan sampel di mana peneliti memiliki pengetahuan terbatas mengenai besarnya populasi tempat sampel diambil (Neuman & Robson, 2007). Adapun partisipan penelitian sebanyak 200 pelaku UMKM namun setelah dilaksanakan *screening* terdapat data partisipan yang bisa digunakan sebanyak 186 pelaku UMKM. Teknik ini peneliti pilih dengan melibatkan pelaku UMKM untuk merekomendasikan responden lain yang sesuai dengan kriteria penelitian melalui tautan *goggle form*.

### Prosedur

Penelitian ini menggunakan Skala resiliensi dari *Connor Davidson Resilience Scale* (CD-RISC) yang diadaptasi dari skala asli sesuai dengan aspek yang dikemukakan oleh Connor dan Davidson (2003) yaitu, kompetensi personal, standar yang tinggi dan keuletan, kepercayaan terhadap diri sendiri, memiliki toleransi terhadap efek negatif, dan kuat menghadapi stress, menerima perubahan secara positif dan dapat menjalin hubungan yang aman dengan orang lain, pengendalian diri, dan pengaruh spiritual. Skala ini terdiri dari 25 item, berupa pernyataan-pernyataan yang mengungkapkan skala resiliensi dengan nilai reliabilitas sebesar 0,89. Untuk mengukur religiusitas diukur dengan menggunakan skala dari Huber dan Huber (2012), yang membagi aspek religiusitas menjadi lima dimensi dasar yang berbeda, yaitu *intellectual, ideology, public practice, private practice, dan religious practice*. Aspek optimisme diukur dengan menggunakan skala dari Scheir, Carver dan Bridges (1994) yang terdiri dari aspek positif, negative, dan pengalih.

### Teknik Pengumpulan Data

Proses pengambilan data lapangan memakan waktu kurang lebih 4 hari. Pengambilan data lapangan yang dilakukan didapatkan partisipan sebanyak 200 pelaku UMKM namun setelah dilaksanakan *screening* terdapat data partisipan yang bisa digunakan sebanyak 186 pelaku UMKM.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan regresi ganda yang dilakukan melalui aplikasi SPSS 25.

## HASIL

### Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini menggunakan kolmogrov smirnov. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1. Uji normalitas One Sample Kolmogrov -Smirnov Test**

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Unstandar Residual	0,200	>0,05	Normal

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui nilai *asympt.sig* sebesar  $0,200 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal .

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel dibawah.

**Tabel 2. Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Signifikansi	Batas	Keterangan
Religiusitas	0,140	>0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Optimisme	0,288	>0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai signifikansi seluruh variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$ , dengan demikian model regresi dalam penelitian ini dinyatakan bebas dari heterokedastisitas.

### Uji Multikolinearitas

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel atau tidak persamaan yang tidak terjadi multikolonieritas terjadi jika nilai tolerance  $> 0,10$ . Adapun cara lain yang dapat mengetahui apakah terdapat multikolonieritas atau tidak, dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ .

**Tabel 3. Uji multikolonieritas dengan resiliensi sebagai Variabel Dependen**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	religiusitas	.775	1.290
	optimisme	.690	1.450

a. Dependent Variable: resiliensi

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi dengan resiliensi sebagai variabel dependen. Hal ini dibuktikan

dengan nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Model regresi dalam penelitian ini dinyatakan baik karena tidak memiliki korelasi antar variabel independen dan mediasi.

### Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode Regresi Linear Berganda. Untuk menguji pengaruh variabel bebas (independen) yaitu religiusitas (X1), optimisme (X2), terhadap variabel terikat (dependen) yaitu Resiliensi (Y), dilakukan Uji t dengan hasil yang ditampilkan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Uji Hipotesis**

Hipotesis		Estimate	T. Statistic	P. Value	Keterangan
Religiusitas	→ Resiliensi	0,373	3,34	0,000	Positif, signifikan
Optimisme	→ Resiliensi	1,256	4,73	0,000	Positif, signifikan

Berdasarkan penghitungan pengujian hipotesis pada table 4 diatas menunjukkan 4 hipotesis yang berhubungan positif dan signifikan. Berikut penjelasan hasil pengujian hipotesis hubungan variabel :

- Dapat diketahui bahwa religiusitas secara langsung berpengaruh terhadap resiliensi secara signifikan yaitu p value ( $0,000 < 0,05$ ) dengan nilai estimate 0,373. Dilihat berdasarkan nilai estimate tersebut yang berarah positif maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik religiusitas maka semakin tinggi juga resiliensi.
- Dapat diketahui bahwa optimisme secara langsung berpengaruh terhadap resiliensi secara signifikan yaitu p value ( $0,000 < 0,05$ ) dengan nilai estimate 1,256. Dilihat berdasarkan nilai estimate tersebut yang berarah positif maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik optimisme maka semakin tinggi juga resiliensi.

### PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan langsung (direct effect) yang positif dan signifikan antara religiusitas dan resiliensi. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas menjadi salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan resiliensi pelaku UMKM di era new normal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setiawan dan Pratitis (2015) yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki peran penting dalam pengembangan resiliensi individu yang sedang menghadapi bencana. Religiusitas dalam diri seseorang dapat memberikan individu pengarahan atau bimbingan, dukungan, dan harapan, seperti halnya pada dukungan emosi (Azzara, Simanjuntak, Puspitawati, 2022). Melalui berdoa, ritual dan keyakinan agama dapat membantu seseorang dalam saat mengalami stres kehidupan, dan stres saat bekerja karena adanya pengharapan dan kenyamanan (Karim & Yoenanto, 2021).

Religiusitas didefinisikan dalam hal kecerdasan pada pengetahuan dan keyakinan agama, di samping pengaruhnya yang dikaitkan dengan keterikatan emosional atau perasaan tentang agama. Tantangan pasca pandemi Covid-19 bagi pelaku UMKM, penting halnya bagi pelaku UMKM meningkatkan sikap religiusitas dan menyakini akan adanya pertolongan sang pencipta dalam menghadapi kondisi apapun. Praktik keyakinan beragama dapat membuat individu menjadi resilien (Tanamal, 2021). Resiliensi menjadi hal yang sangat penting untuk dimiliki oleh setiap individu tak terkecuali pelaku UMKM, karena dampak pasca pandemi Covid-19 telah dirasakan pada seluruh aspek kehidupan manusia sehingga diperlukan suatu kapasitas dalam diri manusia untuk mampu melalui berbagai kondisi tersebut. Menurut (Lucia & Kurniawan, 2017), religiusitas dapat menjadi

sebuah ideologi yang kuat, sehingga dapat membekali individu untuk menjadi optimis dan sikap optimis inilah yang nantinya akan menjadikan individu menjadi resilien. Pelaku UMKM yang memiliki religius yang tinggi akan lebih mudah mengatasi berbagai tekanan maupun masalah yang dihadapi selama masa pandemic, hal ini dikarenakan seseorang yang memiliki tingkat religious yang tinggi memiliki kemampuan dalam memahami dan mengatasi tekanan hidup dengan cara yang suci (bersih). Religiusitas membantu pelaku UMKM menghadapi tantangan dengan meningkatkan keyakinan, ketekunan, dan optimisme dalam mengatasi hambatan usaha. Pendekatan psikologi dan teologi menunjukkan bahwa religiusitas menciptakan makna hidup yang memperkuat resiliensi individu dan bisnis mereka (Akmal dan Arifa, 2023).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan dukungan sosial memiliki peran dalam hubungan antara religiusitas dan resiliensi. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan dukungan sosial dapat menjadi mediator antara religiusitas dan resiliensi pelaku UMKM di era new normal. Rasio efek dukungan sosial (indirect effect) terhadap hubungan langsung (direct effect) religiusitas dengan resiliensi adalah 0,275 yang dihitung menggunakan rumus Sobel (dalam Preacher & Kelley, 2011) yaitu  $R_m = ab/c'$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki peran sebesar 27,5% terhadap hubungan langsung (direct effect) religiusitas dengan resiliensi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa dukungan sosial memiliki effect size yang cukup kuat sebagai mediator hubungan religiusitas dengan resiliensi. Artinya tanpa melibatkan variabel mediator, penjelasan pengaruh religiusitas terhadap resiliensi masih menyisakan ruang kosong yang dapat ditempatkan oleh beragam spekulasi. Artinya untuk mendapatkan resiliensi dibutuhkan tidak hanya faktor internal namun juga faktor eksternal.

Dengan adanya dukungan yang berarti dari keluarga, teman dan rekan usaha pelaku UMKM akan mudah menyesuaikan diri dengan keadaan dan tekanan yang dirasakan. Pelaku UMKM juga merasa dihargai dan mendapat kepedulian terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi, sehingga pelaku UMKM mendapatkan perasaan nyaman karena mendapatkan dukungan akan lebih efektif dalam menghadapi masalah dan berbagai tantangan yang ada dalam melaksanakan usaha. Dengan adanya kepedulian penghargaan, dorongan dan nasehat dari keluarga, sahabat maupun kelompok rekan bisnis akan membuat pelaku UMKM tersebut lebih mudah beradaptasi terhadap permasalahan atau disebut resilien. Berikutnya dilengkapi dengan faktor religiusitas artinya kedua faktor ini merupakan faktor yang berasal dari luar dan dalam yang kemudian berdampak pada peningkatan resiliensi yang lebih tinggi pada pelaku UMKM yang menghadapi permasalahan. Secara umum, hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yakni dari Ubaidillah, Suryanto, dan Santi (2022) yang menunjukkan dukungan sosial memiliki peran dalam hubungan antara religiusitas dan resiliensi mahasiswa santri selama pandemi Covid-19 sebesar 14,2%.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan langsung (direct effect) yang positif dan signifikan antara optimisme dan resiliensi. Penelitian ini sejalan dengan teori resiliensi yang dijelaskan oleh Kumpfer (2005) dalam kerangka kerja resiliensi terdapat faktor internal resiliensi atau karakteristik internal dalam diri individu yang menjadi kekuatan individu untuk dapat berkembang dalam menghadapi tantangan di lingkungan yang berbeda. Optimisme menjadi faktor internal yang turut berperan dalam meningkatkan resiliensi pelaku UMKM di era new normal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Diskhamarzeweny, Dewi, dan Irwan (2023) yang menyatakan bahwa pelaku UMKM yang memiliki sikap optimis, keyakinan pada kemampuan diri, serta dukungan sosial yang kuat lebih mampu menghadapi tantangan ekonomi.

Berikutnya hasil penelitian dari Lianasari, Widastuti, dan Nusandari (2022), optimisme berpengaruh terhadap resiliensi dengan koefisien korelasi sebesar 0,59 ( $P < 0,01$ ). Seorang individu yang optimis akan memiliki cara pandang yang positif dan bisa berekspektasi hal-hal yang baik untuk masa mendatang, dengan begitu individu mampu memutuskan tindakan yang diambil untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dimasa datang.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan dukungan sosial memiliki peran dalam hubungan antara optimisme dan resiliensi. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan dukungan sosial dapat menjadi mediator antara optimisme dan resiliensi pelaku UMKM di era new normal. Rasio efek dukungan sosial (indirect effect) terhadap hubungan langsung (direct effect) religiusitas dengan resiliensi adalah 0,305 yang dihitung menggunakan rumus Sobel (dalam Preacher & Kelley, 2011) yaitu  $R_m = ab/c'$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki peran sebesar 30,5% terhadap hubungan langsung (direct effect) optimisme dengan resiliensi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa dukungan sosial memiliki effect size yang cukup kuat sebagai mediator hubungan optimisme dengan resiliensi. Artinya tanpa melibatkan variabel mediator, penjelasan pengaruh optimisme terhadap resiliensi masih menyisakan ruang kosong yang dapat ditempatkan oleh beragam spekulasi. Artinya untuk meningkatkan resiliensi dibutuhkan tidak hanya faktor internal namun juga faktor eksternal.

Penelitian ini sejalan dengan teori resiliensi dari Kumpfer (2005) menyoroti kemampuan individu untuk bangkit kembali dari kesulitan, tekanan, atau tantangan melalui proses dinamis. Resiliensi menurut Kumpfer bukan hanya sifat bawaan, tetapi merupakan hasil interaksi antara faktor internal (misalnya optimisme) dan eksternal (seperti dukungan sosial). Penelitian mendukung model ini dengan menunjukkan bahwa individu yang memiliki optimisme tinggi dan mendapatkan dukungan sosial cenderung memiliki tingkat resiliensi yang lebih baik. Dukungan sosial memperkuat efek positif optimisme dengan menyediakan sarana untuk mengatasi tantangan. Dukungan sosial yang lebih kuat dapat meningkatkan kemampuan seseorang, dukungan sosial sebagai perisai pelindung terhadap rasa takut akan tekanan atau dampak negatif dari pandemic (Ben-ari & Abu-sharkia, 2020). Fungsi dukungan sosial yang paling penting adalah berfungsi sebagai penyangga dengan mengurangi atau menyeimbangkan kerugian psikologis yang disebabkan oleh peristiwa kehidupan yang penuh tekanan dan tantangan hidup yang berkelanjutan (Tülay & Celik, 2021).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan langsung (direct effect) yang positif dan signifikan antara sikap digital marketing dan resiliensi. Penelitian (Hendrawan, Sucahyowati, Cahyandi, Indriyani, & Rayendra, 2019) menyatakan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan dalam peningkatan kinerja penjualan UMKM. 70% Pengusaha kreatif mengatakan digital marketing akan menjadi platform komunikasi utama dalam pemasaran, dan offline store akan menjadi pelengkap dikarenakan kemudahan dan kemampuan digital marketing dalam menjangkau lebih banyak konsumen. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purwana, Rahmi dan Aditya, 2017) yang menyatakan bahwa pelaku usaha harus menumbuhkan keberanian dan mencoba hal baru seperti digital pemasaran untuk dapat terus mengembangkan usahanya. Pelaku UMKM juga dapat memulai dengan membuat sosial media dan secara rutin melakukan promosi sehingga akan semakin percaya diri dan mengasah kreatifitas dalam pemasaran.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan dukungan sosial memiliki peran dalam hubungan antara sikap digital marketing dan resiliensi. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan dukungan sosial dapat menjadi mediator antara optimisme dan resiliensi pelaku

UMKM di era new normal. Rasio efek dukungan sosial (indirect effect) terhadap hubungan langsung (direct effect) religiusitas dengan resiliensi adalah 0,675 yang dihitung menggunakan rumus Sobel (dalam Preacher & Kelley, 2011) yaitu  $R_m = ab/c'$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki peran sebesar 67,5% terhadap hubungan langsung (direct effect) sikap digital marketing dengan resiliensi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa dukungan sosial memiliki effect size yang cukup kuat sebagai mediator hubungan sikap digital marketing dengan resiliensi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa resiliensi pada pelaku UMKM dapat dipengaruhi oleh religiusitas, optimisme dan sikap digital marketing. Variabel dukungan sosial juga diketahui dapat memediasi religiusitas, optimisme, sikap digital marketing terhadap resiliensi pada pelaku UMKM. Perhitungan mean empirik dalam penelitian ini juga mengungkapkan bahwa variabel resiliensi, religiusitas, optimisme, sikap digital marketing dan dukungan sosial berada pada kategori tinggi. Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disarankan bahwa pelaku UMKM perlu terus memperkuat aspek religiusitas dan optimisme sebagai modal psikologis yang mendukung ketangguhan dalam menghadapi tantangan bisnis. Selain itu, sikap positif terhadap digital marketing juga harus terus dikembangkan agar pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan pasar yang semakin mengandalkan teknologi digital. Peran dukungan sosial terbukti penting sebagai faktor mediasi, sehingga keberadaan komunitas, jaringan usaha, maupun forum bisnis perlu diperkuat untuk memberikan ruang saling berbagi pengalaman, informasi, dan motivasi. Bagi pemerintah maupun lembaga pendukung UMKM, hasil penelitian ini memberikan gambaran pentingnya menyediakan program pendampingan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis bisnis, tetapi juga menyentuh aspek psikologis dan sosial. Misalnya melalui pelatihan digital marketing berbasis komunitas, mentoring usaha, maupun penciptaan ekosistem yang memfasilitasi kolaborasi antar pelaku UMKM. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, hasil ini membuka peluang untuk mengeksplorasi variabel lain yang mungkin turut berperan dalam meningkatkan resiliensi, seperti literasi keuangan, inovasi, atau kecerdasan emosional. Penelitian dengan pendekatan longitudinal juga direkomendasikan untuk melihat perkembangan resiliensi UMKM dari waktu ke waktu, terutama dalam menghadapi dinamika bisnis pasca pandemi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, R. C., Simanjuntak, M., & Puspitawati, H. (2022). The Influence of Religiosity, Economic Pressure, Financial Management, and Stress Levels Towards Family Quality of Life During Covid-19 Pandemic in Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 15(1), 27-38.
- Ben-Ari, A., & Abu-Sharkia, S. (2020). The Role of Social Support in Predicting Perceived Stressors Among Bedouin Arab and Jewish Students in Israel in Time of COVID-19. *Journal of Loss and Trauma*, 25(6-7), 544-558.
- Hendrawan, R., Suchyowati, H., Cahyandi, A., Indriyani, D., & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja Penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(2), 123-134.
- Karim, A., & Yoenanto, M. (2021). Peran Religiusitas dalam Mengatasi Stres Kerja pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Psikologi*, 48(1), 15-26.
- Kumpfer, K. L. (2005). Factors and Processes Contributing to Resilience: The Resilience Framework. Dalam S. Goldstein & R. B. Brooks (Eds.), *Handbook of Resilience in Children* (hlm. 179-224). Springer.

- Lianasari, D., Widastuti, S., & Nusandari, E. (2022). Pengaruh Optimisme terhadap Resiliensi pada Pelaku UMKM di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Psikologi Sosial*, 20(1), 45-55.
- Lucia, V., & Kurniawan, A. (2017). Religiusitas dan Optimisme sebagai Prediktor Resiliensi pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 44(3), 189-203.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Kesadaran Merek. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(2), 91-104.
- Setiawan, A., & Pratitis, N. T. (2015). Religiusitas, Dukungan Sosial, dan Resiliensi Korban Lumpur Lapindo Sidoarjo. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(2), 137-144.
- Tanamal, R. (2021). Praktik Keyakinan Beragama dan Resiliensi pada Pelaku UMKM di Era New Normal. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 24(3), 213-228.
- Tülay, B., & Celik, E. (2021). The Role of Social Support in Resilience of Healthcare Workers during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Community Psychology*, 49(8), 2713-2725.
- Ubaidillah, F. A., Suryanto, & Santi, S. (2022). Efek Mediasi Dukungan Sosial terhadap Religiusitas dan Resiliensi Mahasiswa Santri selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya*, 5(2), 85-95.
- Widiastuti, A., & Silfiana, S. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Pulau Jawa. *Jurnal Ekonomi-Qu*, 11(1), 97-107.
- Hamzah, A. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Koperasi Di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 99-113.
- Biro Kerja Sama, Hukum, dan Humas. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Penjualan UMKM di Indonesia.
- United Nations Development Programme (UNDP) & Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Universitas Indonesia (LPEM UI). (2020). *Survei Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia*.
- Sayekti, N., Purnomo, R. A., Cahyono, Y., Hamidah, C., & Winanto, A. R. (2020). Strategi Pengembangan Pengrajin Mebel di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 5(2), 226-236.
- Rutter, M. (2006). Implications of Resilience Concepts for Scientific Understanding. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1094(1), 1-12.
- Reivich, K., & Shatté, A. (2002). *The Resilience Factor: 7 Keys to Finding Your Inner Strength and Overcoming Life's Hurdles*. Broadway Books.
- Umroh, N. M. R., & Al Musafiri, M. R. (2022). Hubungan optimisme terhadap resiliensi pada mahasiswa tingkat akhir yang mengerjakan skripsi. *Jurnal At-Taujih*, 2(2), 70-84.
- Alves, J. C., Lok, T. C., Luo, Y., & Hao, W. (2020). Crisis management for small business during the COVID-19 outbreak: Survival, resilience and renewal strategies of firms in Macau.
- Elanthi, M. B., & Dhanabhakym, M. (2021). Agile Workforce a Post Pandemic Revival Plan for SMEs. In *Handbook of Research on Sustaining SMEs and Entrepreneurial Innovation in the Post-COVID-19 Era* (pp. 1-18). IGI Global.
- Mokline, B., & Ben Abdallah, M. A. (2021). Organizational resilience as response to a crisis: Case of COVID-19 crisis. *Continuity & Resilience Review*, 3(3), 232-247.

- Chadwick, I. C., & Raver, J. L. (2020). Psychological resilience and its downstream effects for business survival in nascent entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(2), 233-255.
- Desmita. (2005). Psikologi Perkembangan Peserta Didik. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.