

Konstruksi Skala Grit Untuk Penjual Online Pasca Pandemi

Egi Prawita^{1*}, Deni Santi Pertiwi², Muhammad Erwan Syah³, Arini Mifti Jayanti⁴,
Hesty Yuliasari⁵, Davit Bagus Triyantoro⁶, Anisah Zaqiyatuddinni⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

E-mail: egiprawita08@gmail.com

ABSTRAK

Grit merupakan konsep baru dalam psikologi positif yang memiliki arti kualitas positif yang meliputi adanya ketekunan dan semangat dalam individu untuk memperoleh tujuan dalam jangka panjang. *Grit* merupakan konsep yang cukup baru tetapi penting karena memiliki berbagai dampak positif karena memicu individu untuk fokus pada hal-hal positif di dalam dirinya. Selama ini, penelitian *grit* banyak dilakukan di setting pendidikan. Padahal, *grit* bukan hanya istilah untuk pendidikan, melainkan di seluruh sektor pun individu memerlukan *grit*. Pasca pandemi, yang banyak mengalami perubahan adalah penjual online, maka dari itu perlu dilakukan konstruksi untuk pengukuran *grit* pada penjual online pasca pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun alat ukur *grit* yang ditujukan untuk penjual online sehingga skala ini dapat digunakan untuk berbagai kepentingan yang berhubungan dengan pengembangan keilmuan maupun penggunaan praktis di bidang psikologi positif, psikologi konsumen, dan psikologi industri dan organisasi. Reliabilitas akhir pada skala ini dihitung menggunakan koefisien reliabilitas Alpha Cronbach yaitu sebesar 0,846 yang berarti memiliki reliabilitas yang baik. Validitas yang digunakan adalah validitas isi yang bergerak antara 0,75 sampai dengan 0,89 yang menunjukkan bahwa alat ukur ini valid. Aitem pada skala ini menjadi 14 setelah 2 aitem gugur setelah proses pengujian status psikometrika. Dengan hasil ini, dapat diketahui bahwa alat ukur skala *grit* untuk penjual online pasca pandemi dapat digunakan untuk mengukur *grit* dengan baik karena valid dan reliabel.

Kata kunci: konstruksi skala, *grit*, penjual online

ABSTRACT

Grit is a new concept in positive psychology which means positive qualities which include persistence and enthusiasm in individuals to achieve long-term goals. *Grit* is a fairly new concept but is important because it has various positive impacts because it triggers individuals to focus on positive things within themselves. So far, much *grit* research has been conducted in educational settings. In fact, *grit* is not just a term for education, but in all sectors, individuals need *grit*. Post-pandemic, what has experienced a lot of changes are online sellers, therefore it is necessary to carry out construction to measure *grit* for online seller's post-pandemic. This research aims to develop a *grit* scale for online sellers so that this scale can be used for various purposes related to scientific development and practical use in the fields of positive psychology, consumer psychology, and industrial and organizational psychology. The final reliability of this scale using the Cronbach's Alpha reliability coefficient, which is 0.846, which means it has good reliability. The validity used is content validity which ranges from 0.75 to 0.89, which indicates that this measuring instrument is valid. The items on this scale became 14 after 2 items were dropped following the psychometric status testing process. Based on these results, the *grit* scale for post-pandemic online sellers is effective for measuring *grit*, as it is both valid and reliable.

Kata kunci: scale construction, *grit*, online seller

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah memengaruhi berbagai sektor kehidupan. Salah satu sektor yang terpengaruh adalah sektor industri, khususnya pada perdagangan. Pemerintah memberlakukan peraturan agar masyarakat terhindar dari virus Covid-19 yang menyebabkan masyarakat mulai beradaptasi dengan kebiasaan baru melalui membatasi aktivitas di luar dan bertemu orang lain secara langsung. Adanya pembatasan kegiatan tersebut, memaksa para pelaku usaha beradaptasi agar roda perekonomian tetap berjalan. Selama pandemi, penjualan secara online mengalami peningkatan. Selama tahun 2020, yaitu tahun awal pandemi, peningkatan pengeluaran secara online meningkat

sebanyak 42,1% dari sebelumnya (Jogja, 2021). Selain itu, terdapat data bahwa selama pandemi Covid-19 transaksi penjualan online meningkat sebanyak 400% (Grehenson, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa penjualan secara online memegang peranan penting dalam mempertahankan bahkan meningkatkan perekonomian masyarakat di Indonesia. Penjualan secara online ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi. Sektor industri sudah terintegrasi dengan kemampuan siber dan terkoneksi dengan internet, yaitu dengan adanya integrasi dari *Cyber Physical System* (CPS) dan *Internet of Things and Services* (IoT dan IoS) ke dalam proses industri (Prasetyo & Sutopo, 2018). Kemudahan berjualan dan bertansaksi secara online ini lah yang kemudian dimanfaatkan oleh para penjual untuk menjual berbagai barang atau jasa. Penjualan secara online dapat dilakukan melalui media sosial maupun *e-commerce*.

Kini, kehidupan pasca pandemi Covid-19 sedang berlangsung. Kehidupan pasca pandemi belum pulih seutuhnya seperti semula. Bertahan atau tidaknya penjualan online ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yang membantu para penjual online bertahan adalah adanya perkembangan perlindungan hukum yang diberikan pemerintah. Hal ini membantu para penjual online merasa lebih tenang dalam bertransaksi secara online. Dari sisi internal, adanya karakter positif dalam diri yang dimiliki oleh penjual online dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Karakter ini disebut dengan grit. Grit merupakan konsep baru dalam psikologi positif yang memiliki arti kualitas positif yang meliputi adanya ketekunan dan semangat dalam individu untuk memperoleh tujuan dalam jangka panjang (Duckworth dkk., 2007). Grit merupakan konsep yang cukup baru tetapi penting karena memiliki berbagai dampak positif karena memicu individu untuk fokus pada hal-hal positif di dalam dirinya.

Grit merujuk pada adanya keinginan yang kuat untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dan adanya semangat jangka panjang (Duckworth, 2018). Individu yang memiliki grit dapat dilihat dari cara ia menyelesaikan pekerjaan. Grit dapat dilihat melalui kerja keras dalam menghadapi tantangan, mempertahankan usaha dan minat dalam kurun waktu yang lama meskipun dihadapkan dengan kegagalan, rintangan, dan kesulitan dalam prosesnya (Duckworth dkk., 2007). Grit merupakan sebuah konstruk dalam psikologi positif yang terbentuk karena grit mencerminkan adanya ketekunan atau kegigihan dan semangat jangka panjang, grit tidak hanya menjadi prediktor munculnya pada kesuksesan saja tetapi menjadi kunci seseorang untuk meraih kesuksesan, grit menjadi prediktor kesuksesan yang memiliki peluang lebih besar daripada prediktor lainnya, dan intervensi dengan tujuan meningkatkan grit kemungkinan besar dapat berhasil (Credé, 2018). Berdasarkan penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa grit adalah kemampuan individu dalam mencapai keberhasilan atau kesuksesan melalui ketekunan dan semangat jangka panjang.

Individu memiliki grit dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Duckworth, 2018). Faktor internal yang memengaruhi munculnya grit adalah minat, latihan, tujuan, dan harapan, sedangkan faktor eksternal yang memengaruhi adalah pengasuhan yang memunculkan grit, kesempatan untuk memunculkannya, dan budaya. Grit memiliki dua aspek di dalamnya, yaitu 1. Perverance atau kegigihan, yang berarti seberapa keras individu berusaha mencapai tujuan dan berapa lama individu dapat mempertahankan usahanya; dan 2. Passion atau hasrat, yang berarti konsistensi usaha yang dikerahkan seseorang pada minatnya untuk mencapai tujuan (Duckworth, 2018).

Selama ini, penelitian grit banyak dilakukan di bidang pendidikan (Al -Aboosi dkk., 2017; Duckworth, 2018). Padahal, grit bukan hanya istilah untuk pendidikan, melainkan di seluruh sektor pun individu memerlukan grit. Pasca pandemi, yang banyak mengalami perubahan adalah penjual online, maka dari itu perlu dilakukan konstruksi untuk pengukuran grit pada penjual online pasca pandemi. Pengukuran grit perlu dilakukan agar diketahui tingkat grit pada individu, khususnya pada penjual online pasca pandemi agar dapat menjadi dasar untuk merancang program pengembangan diri yang dapat dilakukan oleh pihak terkait. Selain itu, dapat dijadikan dasar oleh penjual online itu sendiri untuk mengembangkan diri agar usaha yang dimiliki dapat berkembang. Pengukuran grit telah dilakukan sebelumnya. Terdapat 12 aitem pengukuran grit yang disebut dengan skala Grit-O (*the original grit scale*), kemudian dikembangkan lagi menjadi lebih pendek hingga memiliki 8 aitem dengan nama skala Grit-S (*short grit scale*) (Duckworth & Quinn, 2009). Kedua skala ini diuji coba oleh siswa yang mengikuti kompetisi kemampuan tertentu. Penelitian ini dilakukan untuk menyusun skala grit yang ditujukan untuk penjual online yang harapannya dapat digunakan oleh kalangan yang

lebih umum. Penjual online menjadi sampel dalam penelitian ini karena selama pandemi, kebanyakan mereka mengalami peningkatan penghasilan dan pasca pandemi ini mereka mungkin memunculkan grit karena mereka harus mempertahankan penjualan dengan kekuatan yang dimiliki serta adanya konsistensi dalam menjalankan usaha *onlinenya*. Penyusunan skala ini didasarkan pada aspek grit, yaitu *pervarance* dan *passion* yang dikemukakan oleh Duckworth (Duckworth, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan guna menyusun instrumen penelitian yang memiliki kualitas psikometrika yang baik serta keefisienan dalam penggunaan (Azwar, 2018). Proses konstruksi alat ukur difokuskan pada pembatasan konstruk yang hendak diukur, sehingga penyusunan alat ukur bisa lebih akurat. Tahapan dalam pelaksanaan konstruksi skala grit untuk penjual online pasca Pandemi Covid menggunakan tahapan dari Azwar (2021), yaitu

- a. Identifikasi tujuan ukur
Pada tahapan ini, proses pemilihan konsep teoretik ditentukan. Pada penelitian ini, konsep teoretik yang digunakan adalah grit pada penjual online pasca Pandemi Covid- 19, yaitu kemampuan penjual online dalam mencapai keberhasilan atau kesuksesan dalam bisnis online shop melalui ketekunan dan semangat jangka panjang.
- b. Pembatasan domain ukur
Pada tahapan ini, proses yang dilakukan adalah menentukan aspek berperilaku dari konstruk yang menjadi tujuan ukur. Penelitian ini menggunakan aspek grit yang dikemukakan oleh Duckworth (Duckworth, 2018), yaitu 1. Perseverance atau kegigihan, yang berarti seberapa keras individu berusaha mencapai tujuan dan berapa lama individu dapat mempertahankan usahanya; dan 2. Passion atau hasrat, yang berarti konsistensi usaha yang dikerahkan seseorang pada minatnya untuk mencapai tujuan.
- c. Operasionalisasi Aspek
Pada tahap ini, aspek-aspek berperilaku diturunkan menjadi indikator berperilaku. Indikator berperilaku merupakan bentuk operasional dari definisi tiap aspek dan berupa tingkah laku yang dapat diamati. Proses ini dilakukan melalui proses analisis perilaku-perilaku yang muncul pada penjual online dalam mencerminkan aspek-aspek dari grit.
- d. Penyusunan kisi-kisi (*bluprint*)
Kisi-kisi disusun dalam bentuk tabel yang berisi mengenai aspek berperilaku dan indikator berperilaku. Kisi-kisi ini lah yang menjadi dasar dalam penyusunan aitem.
- e. Penulisan Aitem
Jumlah aitem, format aitem, dan jenis aitem ditentukan berdasarkan jumlah dari indikator berperilaku yang ditentukan sebelumnya. Pada penulisan aitem ini, harus diperhatikan kesesuaiannya dengan indikator berperilaku, kejelasan bunyi aitem, dan format pilihan yang tepat. Pada penelitian ini, format pilihan yang digunakan adalah skala likert dengan 5 pilihan, yaitu Sangat Sesuai, Sesuai, Netral, Tidak Sesuai, dan Sangat Tidak Sesuai.
- f. Validasi isi aitem
Validasi isi pada penelitian ini diestimasi menggunakan koefisien Aiken's V, yaitu dengan menilai penilaian kesesuaian aitem dengan indikator berperilaku dan aspek dari konstruk yang diukur. Penilaian dilakukan oleh beberapa expert judgment.
- g. Uji coba
Proses ini dilakukan dengan menyebarkan aitem-aitem yang telah memiliki koefisien validasi isi aitem yang baik. Penyebaran aitem dilakukan kepada penjual online yang sudah berjualan minimal dimulai sejak pandemi, atau sejak sekitar tahun 2019.
- h. Seleksi aitem dan estimasi reliabilitas
Dari hasil uji coba, dilakukan analisis parameter daya diskriminasi aitem guna melakukan seleksi aitem sehingga didapatkan aitem-aitem yang memiliki daya diskriminasi aitem di atas standar. Selain itu, penghitungan koefisien reliabilitas juga dilakukan menggunakan formula Alpha-Cronbach.
- i. Kompilasi Final
Pada tahap ini, skala telah siap dan dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya. Dalam tahapan

ini, akan disusun booklet yang berisi petunjuk pengisian serta aitem dan juga manual yang berisi petunjuk pengerjaan soal serta penormaan dari Skala Grit untuk Penjual Online Pasca Pandemi Covid-19.

Populasi pada penelitian ini adalah individu yang memiliki dan menjalankan usaha *online* yang ditawarkan melalui media sosial minimal sejak pandemi atau sejak sekitar tahun 2019. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*, artinya setiap anggota dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi subjek penelitian (Sugiyono, 2024). Setiap individu yang memiliki dan menjalankan usaha *online* di Indonesia memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi subjek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini diawali dengan melakukan identifikasi tujuan ukur, yaitu grit pada penjual *online* pasca Pandemi Covid-19, yaitu kemampuan penjual online dalam mencapai keberhasilan dan kesuksesan dalam bisnis *online* melalui ketekunan dan semangat yang jangka panjang. Kemudian, aspek pada penelitian ini menggunakan aspek grit yang dikemukakan oleh Duckworth (Duckworth, 2018), yaitu 1. *Perseverance* atau kegigihan, yang berarti seberapa keras individu berusaha mencapai tujuan dan berapa lama individu dapat mempertahankan usahanya; dan 2. *Passion* atau hasrat, yang berarti konsistensi usaha yang dikerahkan seseorang pada minatnya untuk mencapai tujuan.

Tahap selanjutnya adalah melakukan operasionalisasi aspek, yaitu menurunkan aspek menjadi indikator berperilaku yang dapat diamati. Berikut ini kisi-kisi (blueprint) yang berisi aspek dan indikator berperilaku pada skala Grit:

Tabel 1. Blueprint Aspek dan Indikator Keperilaku Grit

Aspek	Indikator Keperilaku
1. Perseverance	1. Fokus pada tujuan dengan berbagai cara.
	2. Melakukan upaya dalam meningkatkan usaha <i>online</i> dalam jangka panjang.
	3. Tetap melakukan upaya dalam meningkatkan usaha <i>online</i> .
2. Passion	1. Usaha yang dilakukan sesuai dengan minat dan untuk mencapai tujuan.
	2. Konsistensi usaha yang dilakukan sesuai dengan minatnya.

Setelah melakukan operasionalisasi aspek, dilakukan penghitungan validitas isi indikator. Kesesuaian indikator berperilaku dengan aspek dinilai oleh 9 ahli. Validitas isi indikator berperilaku dihitung menggunakan koefisien validitas isi Aiken's V yaitu bergerak dari 0,80 sampai 0,91. Pada aspek *perseverance*, terdapat tiga indikator berperilaku. Indikator berperilaku yang pertama "Fokus pada tujuan dengan berbagai cara." memiliki koefisien validitas isi Aiken's V sebesar 0,86. Indikator berperilaku yang kedua "Melakukan upaya dalam meningkatkan usaha *online* dalam jangka panjang." memiliki koefisien validitas isi Aiken's V sebesar 0,83. Indikator berperilaku yang ketiga "Tetap melakukan upaya dalam meningkatkan usaha *online*." memiliki koefisien validitas isi Aiken's V sebesar 0,80. Pada aspek *passion*, terdapat 2 indikator berperilaku. Indikator berperilaku yang pertama "Usaha yang dilakukan sesuai dengan minat dan untuk mencapai tujuan." memiliki koefisien validitas isi Aiken's V sebesar 0,91. Indikator berperilaku yang kedua "Konsistensi usaha yang dilakukan sesuai dengan minatnya." memiliki koefisien validitas isi Aiken's V sebesar 0,88. Berdasarkan jumlah rater yang digunakan, maka batas minimal koefisien Aiken's V adalah 0,72 (Aiken, 1985) dan semua indikator berperilaku memiliki koefisien Aiken's V di atas 0,72 sehingga tidak ada indikator berperilaku yang gugur atau pun perlu diperbaiki. Berdasarkan hasil uji validitas ini, dapat disimpulkan bahwa indikator pada skala grit ini dikatakan valid karena koefisien Aiken's V nya lebih dari 0,5 (Azwar, 2021)

Langkah selanjutnya adalah penulisan aitem. Pada penelitian ini, format pilihan yang digunakan adalah skala likert dengan 5 pilihan, yaitu bergerak dari Sangat Sesuai hingga Sangat Tidak Sesuai. Terdapat total 16 aitem yang disusun berdasarkan indikator berperilaku dan aspek yang telah ditentukan. Berikut ini adalah kisi-kisi (*blueprint*) yang berisikan aspek, indikator berperilaku, dan aitem:

Tabel 2. *Blueprint* Aspek dan Indikator Keperilakuan Grit

Aspek	Indikator Keperilakuan	Aitem
<i>Perseverance</i>	Fokus pada tujuan dengan berbagai cara.	1. Walaupun saat ini sudah banyak pusat perbelanjaan yang dibuka, tidak menyurutkan usaha saya untuk mengembangkan usaha online saya. (F) 2. Saya membuat perencanaan untuk mengembangkan usaha online agar target penjualan tercapai. (F) 3. Saya sudah menetapkan tujuan untuk mengembangkan usaha online, namun saya memilih mengejar tujuan yang lain. (UF)
	Melakukan ☐ paya dalam meningkatkan usaha <i>online</i> dalam jangka ☐ paya ☐ g.	4. Saya membuka program promo dalam jangka waktu yang cukup lama, seperti satu bulan, untuk meningkatkan penjualan. (F) 5. Saya mengatur program promo yang ditawarkan oleh platform e-commerce dengan durasi yang lama. (F) 6. Saya pernah melakukan endorsement hanya 1-2 kali selama saya berjualan online. (UF)
	Tetap melakukan ☐ paya dalam meningkatkan usaha <i>online</i> .	7. Saya rutin mengikuti program promo yang ditawarkan oleh platform e-commerce untuk meningkatkan penjualan walaupun ada biaya yang harus dikeluarkan. (F) 8. Saya membuat rencana pembuatan konten untuk promosi secara rutin walaupun tren konten berubah-ubah. (F) 9. Hanya sesekali saya membuat konten untuk promosi karena kesulitan menggunakan aplikasi pembuat konten (seperti capcut, photoshop, dan lainnya). (UF)
	Usaha yang dilakukan sesuai dengan minat dan untuk mencapai tujuan.	10. Saya mewujudkan kegemaran saya pada usaha online yang saya miliki ini. (F) 11. Saya tetap pada pendirian saya untuk meningkatkan usaha online walaupun ada peluang usaha yang lain. (F) 12. Saya merasa bosan dalam menjalankan usaha online yang saya miliki. (UF) 13. Tren baru terkadang mengalihkan saya pada tujuan awal saya menjalankan usaha online. (UF)
	Konsistensi usaha yang dilakukan sesuai dengan minatnya.	14. Saya tetap menawarkan produk atau jasa yang benar- benar saya sukai secara konsisten walaupun tren penjualannya tidak seramai dulu. (F) 15. Produk atau jasa yang saya jual online tergantung pada tren yang ada pada pasar. (UF) 16. Jika saya tidak menyukainya, saya tidak akan melakukan hal tersebut untuk meningkatkan usaha online saya. (F)
<i>Passion</i>		

Sebelum dilakukan pengujian validitas isi, uji keterbacaan dan revidi eksternal dilakukan terlebih dahulu. Uji keterbacaan dilakukan untuk meyakinkan bahwa kalimat yang digunakan dapat dipahami oleh responden dan revidi eksternal dilakukan untuk menguji kesesuaian aitem dengan kaidah penulisan aitem (Azwar, 2021). Proses uji keterbacaan dilakukan dengan memberikan skala pada individu yang memiliki kriteria yang sama dengan partisipan penelitian (Azwar, 2021). Pada proses uji keterbacaan ini, terdapat 5 penjual *online* yang memberikan pendapat mereka mengenai instruksi hingga aitem. Dari 5 penjual *online* yang melakukan uji keterbacaan, seluruhnya menyampaikan bahwa dari instruksi hingga aitem semua mudah dipahami. Proses revidi eksternal dilakukan dengan memberikan skala pada ahli yang memahami penulisan serta memahami kosntruk psikologi (Azwar, 2021). Pada proses revidi eksternal, terdapat 5 ahli di bidang psikologi yang

memahami konstruk Grit dan seluruh ahli menyampaikan bahwa aitem sudah relevan dengan tata cara penulisan dan konstruk teori Grit.

Tahapan selanjutnya adalah melakukan pengujian validitas isi aitem yang memiliki prosedur yang sama dengan validitas isi indikator berperilaku. Validitas isi dilakukan untuk mengetahui relevansi aitem dengan tujuan ukur yang dikonstruksi berdasarkan teori (Azwar, 2018). Terdapat 9 ahli yang memberikan penilaian kesesuaian antara kelayakan aitem dengan indikator berperilakunya. Berdasarkan jumlah rater yang digunakan, maka batas minimal koefisien Aiken's V adalah 0,72 (Aiken, 1985). Berikut ini adalah hasil penghitungan koefisien validitas isi Aiken's V aitem pada skala Grit:

Tabel 3. Hasil penghitungan validitas isi menggunakan koefisien isi Aiken's skala Grit pada Penjual Online

Aitem	Koefisien validitas isi Aiken's V	Keterangan
1. Walaupun saat ini sudah banyak pusat perbelanjaan yang dibuka, tidak menyurutkan usaha saya untuk mengembangkan usaha online saya. (F)	0,75	Valid
2. Saya membuat perencanaan untuk mengembangkan usaha online agar target penjualan tercapai. (F)	0,89	Valid
3. Saya sudah menetapkan tujuan untuk mengembangkan usaha online, namun saya memilih mengejar tujuan yang lain. (UF)	0,72	Tidak Valid / Gugur
4. Saya membuka program promo dalam jangka waktu yang cukup lama, seperti satu bulan, untuk meningkatkan penjualan. (F)	0,78	Valid
5. Saya mengatur program promo yang ditawarkan oleh platform e-commerce dengan durasi yang lama. (F)	0,86	Valid
6. Saya pernah melakukan endorsement hanya 1-2 kali selama saya berjualan online. (UF)	0,78	Valid
7. Saya rutin mengikuti program promo yang ditawarkan oleh platform e-commerce untuk meningkatkan penjualan walaupun ada biaya yang harus dikeluarkan. (F)	0,86	Valid
8. Saya membuat rencana pembuatan konten untuk promosi secara rutin walaupun tren konten berubah-ubah. (F)	0,83	Valid
9. Hanya sesekali saya membuat konten untuk promosi karena kesulitan menggunakan aplikasi pembuat konten (seperti capcut, photoshop, dan lainnya). (UF)	0,78	Valid
10. Saya mewujudkan kegembiraan saya pada usaha online yang saya miliki ini. (F)	0,86	Valid
11. Saya tetap pada pendirian saya untuk meningkatkan usaha online walaupun ada peluang usaha yang lain. (F)	0,86	Valid
12. Saya merasa bosan dalam menjalankan usaha online yang saya miliki. (UF)	0,78	Valid
13. Tren baru terkadang mengalihkan saya pada tujuan awal saya menjalankan usaha online. (UF)	0,75	Valid
14. Saya tetap menawarkan produk atau jasa yang benar-benar saya sukai secara konsisten walaupun tren penjualannya tidak seramai dulu. (F)	0,83	Valid
15. Produk atau jasa yang saya jual online tergantung pada tren yang ada pada pasar. (UF)	0,78	Valid
16. Jika saya tidak menyukainya, saya tidak akan melakukan hal tersebut untuk meningkatkan usaha online saya. (F)	0,78	Valid

Pada aitem nomor 3 "Saya sudah menetapkan tujuan untuk mengembangkan usaha online, namun saya memilih mengejar tujuan yang lain.", koefisien Aiken's V memiliki koefisien Aiken's V sebesar 0,72 sehingga aitem ini gugur. Dari 16 aitem, terdapat 15 aitem yang dikatakan valid karena koefisien Aikens'V nya lebih dari 0,72 (Aiken, 1985).

Dari 16 aitem, 15 aitem pada skala Grit untuk penjual *online* pasca pandemic digunakan untuk pengambilan data dengan karakteristik yaitu penjual *online* yang sudah berjualan minimal dimulai sejak pandemi, atau sejak sekitar tahun 2019. Proses pengambilan data dilakukan secara daring melalui media google form yang disebarakan melalui berbagai media sosial. Terdapat 195 partisipan yang memenuhi kriteria dan memberikan jawaban secara lengkap pada penelitian ini. Hasil jawaban dari partisipan ini kemudian diolah untuk mengetahui kualitas aitem dan skala yang sedang disusun dalam penelitian ini. Berikut ini adalah rincian dari deksripsi kriteria partisipan pada penelitian ini:

Tabel 4. Tabel Deskripsi Partisipan

Kriteria	Keterangan	Total	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki – laki	40	20,5
	Perempuan	155	79,5
	TOTAL	195	100
Usia	18-22 tahun	32	16,4
	23-27 tahun	33	16,9
	28-32 tahun	107	54,9
	33-39 tahun	20	10,3
	40 tahun ke atas	3	1,5
	TOTAL	195	100
Domisili	Jawa Tengah dan DIY	28	14,4
	Jawa Timur dan Bali	22	11,3
	Jawa Barat dan Banten	102	52,3
	DKI Jakarta	29	14,9
	Sumatera	2	1
	Sulawesi	9	4,6
	Kalimantan	2	1
	Nusa Tenggara	1	0,5
	TOTAL	195	100
Jenis Usaha	Barang	171	87,7
	Jasa	24	12,3
	TOTAL	195	100

Setelah proses pengambilan data, analisis reliabilitas dan daya diskriminasi. Dari 15 aitem, terdapat satu aitem yang gugur, yaitu aitem nomor 14 “Produk atau jasa yang saya jual online tergantung pada tren yang ada pada pasar.” karena memiliki nilai daya diskriminasi aitem negatif ($r = -0,288$) sehingga pada penelitian ini, masih terdapat 14 aitem dengan daya diskriminasi aitem yang baik. Reliabilitas akhir pada skala ini dihitung menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* yaitu sebesar $\alpha = 0,846$ yang berarti memiliki reliabilitas yang baik (Azwar, 2021). Berikut ini hasil parameter daya diskriminasi dari 14 aitem pada skala Grit untuk penjual online pasca pandemi:

Tabel 5. Hasil penghitungan daya diskriminasi aitem akhir (setelah aitem nomor 14 digugurkan)

Aitem	Daya Diskriminasi Aitem
1. Walaupun saat ini sudah banyak pusat perbelanjaan yang dibuka, tidak menyurutkan usaha saya untuk mengembangkan usaha online saya. (F)	0,399
2. Saya membuat perencanaan untuk mengembangkan usaha online agar target penjualan tercapai. (F)	0,464
3. Saya membuka program promo dalam jangka waktu yang cukup lama, seperti satu bulan, untuk meningkatkan penjualan. (F)	0,520
4. Saya mengatur program promo yang ditawarkan oleh platform e-commerce dengan durasi yang lama. (F)	0,616
5. Saya pernah melakukan endorsement hanya 1-2 kali selama saya berjualan online. (UF)	0,352

6. Saya rutin mengikuti program promo yang ditawarkan oleh platform e-commerce untuk meningkatkan penjualan walaupun ada biaya yang harus dikeluarkan. (F)	0,638
7. Saya membuat rencana pembuatan konten untuk promosi secara rutin walaupun tren konten berubah-ubah. (F)	0,655
8. Hanya sesekali saya membuat konten untuk promosi karena kesulitan menggunakan aplikasi pembuat konten (seperti capcut, photoshop, dan lainnya). (UF)	0,325
9. Saya mewujudkan kegemaran saya pada usaha online yang saya miliki ini. (F)	0,576
10. Saya tetap pada pendirian saya untuk meningkatkan usaha online walaupun ada peluang usaha yang lain. (F)	0,653
11. Saya merasa bosan dalam menjalankan usaha online yang saya miliki. (UF)	0,490
12. Tren baru terkadang mengalihkan saya pada tujuan awal saya menjalankan usaha online. (UF)	0,441
13. Saya tetap menawarkan produk atau jasa yang benar-benar saya sukai secara konsisten walaupun tren penjualannya tidak seramai dulu. (F)	0,413
14. Jika saya tidak menyukainya, saya tidak akan melakukan hal tersebut untuk meningkatkan usaha online saya. (F)	0,404

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun alat ukur Grit pada penjual *online*. Alat ukur ini dibuat berdasarkan aspek Grit, yaitu *perseverance* dan *passion* (Duckworth, 2018). Alat ukur ini dapat dikatakan valid dan reliabel karena sudah memenuhi status psikometrika yang sesuai. Reliabilitas skala ini menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* yaitu sebesar $\alpha = 0,846$ dengan daya diskriminasi bergerak antara 0,325 sampai dengan 0,655. Validitas alat ukur ini menggunakan validitas isi dengan koefisien validitas isi Aiken's V bergerak antara 0,75 sampai dengan 0,89. Dari 16 aitem yang di susun di awal, gugur 2 aitem, sehingga Skala Grit pada Penjual *Online* terdapat 14 aitem yang dapat digunakan untuk mengukur grit yang dimiliki oleh penjual *online* di Indonesia. Skala ini dapat membantu pengembangan pengukuran grit dari bidang yang berbeda, yaitu bidang usaha dan perekonomian. Pada penelitian-penelitian sebelumnya, pengukuran grit berkaitan dengan dunia pendidikan dan militer serta pada populasi dengan umur atau generasi tertentu (Duckworth & Quinn, 2009; Priyohadi dkk., 2019).

Penelitian ini menggunakan validitas isi untuk menguji kesesuaian konstrak dengan aitem-aitemnya. Validitas isi didapatkan dari penilaian-penilaian ahli. Penilaian ahli yang diberi bersifat subjektif. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mendukung hasil validitas isi dengan data empirik berdasarkan hasil uji validitas yang lain, seperti validitas konstrak melalui analisis faktor konfirmatori atau analisis faktor eksploratori. Hal ini dilakukan untuk membuktikan bahwa konstrak ukur teoretik yang dibuat di awal perencanaan dapat didukung dengan data empirik sesuai kondisi populasi (Azwar, 2021).

Skala grit ini disusun berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Duckworth, yaitu *perseverance* dan *passion* (Duckworth, 2018). Duckworth juga memiliki skala grit, yaitu *Original Grit Scale* dan *Short Grit Scale* (Tynan, 2021). Pada skala asli Grit-S (*Short Grit Scale*), reliabilitas pada partisipan pelajar dan mahasiswa bergerak di antara $\alpha = 0,7$ sampai dengan $\alpha = 0,8$ (Duckworth & Quinn, 2009). Reliabilitas pada skala ini pun $\alpha = 0,846$. Hal ini menunjukkan bahwa skala yang dikonstrak secara khusus untuk penjual *online* memiliki tingkatan reliabilitas yang sama dengan reliabilitas pengukuran skala grit terdahulu. Skala Grit-S sudah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Priyohadi, Suhariadi, dan Fajrianthi (2019) oleh generasi milenial dan memiliki reliabilitas sebesar $\alpha = 0,82$. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa reliabilitas skala Grit pada penjual *online* memiliki reliabilitas yang baik dan setara dengan skala-skala Grit pada penelitian-penelitian terdahulu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada penelitian ini, didapatkan ada 14 aitem untuk mengukur Grit pada Penjual *Online*. Koefisien validitas isi Aiken's V bergerak antara 0,75 sampai dengan 0,89. Reliabilitas alat ukur ini

adalah $\alpha = 0,846$ dengan daya diskriminasi aitem bergerak di antara 0,325 sampai dengan 0,655. Berikut ini blueprint akhir Skala Grit pada Penjual *Online*:

Tabel 6. Blueprint akhir Skala Grit pada Penjual *Online*

Aspek	Indikator Keperilakuan	Aitem
Perseverance	Fokus pada tujuan dengan berbagai cara.	1. Walaupun saat ini sudah banyak pusat perbelanjaan yang dibuka, tidak menyurutkan usaha saya untuk mengembangkan usaha online saya. (F)
		2. Saya membuat perencanaan untuk mengembangkan usaha online agar target penjualan tercapai. (F)
	Melakukan upaya dalam meningkatkan usaha <i>online</i> dalam jangka panjang.	3. Saya membuka program promo dalam jangka waktu yang cukup lama, seperti satu bulan, untuk meningkatkan penjualan. (F)
		4. Saya mengatur program promo yang ditawarkan oleh platform e-commerce dengan durasi yang lama. (F)
		5. Saya pernah melakukan endorsement hanya 1-2 kali selama saya berjualan online. (UF)
	Tetap melakukan upaya dalam meningkatkan usaha <i>online</i> .	6. Saya rutin mengikuti program promo yang ditawarkan oleh platform e-commerce untuk meningkatkan penjualan walaupun ada biaya yang harus dikeluarkan. (F)
		7. Saya membuat rencana pembuatan konten untuk promosi secara rutin walaupun tren konten berubah-ubah. (F)
		8. Hanya sesekali saya membuat konten untuk promosi karena kesulitan menggunakan aplikasi pembuat konten (seperti capcut, photoshop, dan lainnya). (UF)
Passion	Usaha yang dilakukan sesuai dengan minat dan untuk mencapai tujuan.	9. Saya mewujudkan kegemaran saya pada usaha online yang saya miliki ini. (F)
		10. Saya tetap pada pendirian saya untuk meningkatkan usaha online walaupun ada peluang usaha yang lain. (F)
		11. Saya merasa bosan dalam menjalankan usaha online yang saya miliki. (UF)
	Konsistensi usaha yang dilakukan sesuai dengan minatnya.	12. Tren baru terkadang mengalihkan saya pada tujuan awal saya menjalankan usaha online. (UF)
		13. Saya tetap menawarkan produk atau jasa yang benar-benar saya sukai secara konsisten walaupun tren penjualannya tidak seramai dulu. (F)
		14. Jika saya tidak menyukainya, saya tidak akan melakukan hal tersebut untuk meningkatkan usaha online saya. (F)

DAFTAR PUSTAKA

- Aiken, L. R. (1985). Three Coefficients for Analyzing the Reliability and Validity of Ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 45(1), 131–142. <https://doi.org/10.1177/0013164485451012>
- Al -Aboosi, A. F., Whitcomb, P., Wickes, K. N., & Shaan Shahabuddin. (2017). *BLESSED: The role of happiness and gratitude in Grit*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11240.88327>
- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi* (2 ed.). Pustaka Pelajar. <https://pustakapelajar.co.id/buku/metode-penelitian-psikologi-ed-2/>
- Azwar, S. (2021). *PENYUSUNAN SKALA PSIKOLOGI* (3 ed.). Pustaka Pelajar. <https://pustakapelajar.co.id/buku/penyusunan-skala-psikologi-edisi-3/>

- Credé, M. (2018). What Shall We Do About Grit? A Critical Review of What We Know and What We Don't Know. *Educational Researcher*, 47(9), 606–611. <https://doi.org/https://doi.org/10.3102/0013189X18801322>
- Duckworth, A. (2018). *GRIT: kekuatan passion + kegigihan* (F. Ilyas, Penerj.; 2 ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Duckworth, A., Peterson, C., Matthews, M., & Kelly, D. (2007). Grit: Perseverance and Passion for Long-Term Goals. *Journal of personality and social psychology*, 92, 1087–1101. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.6.1087>
- Duckworth, A., & Quinn, P. D. (2009). Development and Validation of the Short Grit Scale (Grit–S). *Journal of Personality Assessment*, 91(2), 166–174. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00223890802634290>
- Grehenson, G. (2020). Transaksi Penjualan Online Naik 400 Persen di Masa Pandemi Covid-19—Universitas Gadjah Mada. *Universitas Gadjah Mada*. <https://ugm.ac.id/id/berita/19452-transaksi-penjualan-online-naik-400-persen-di-masa-pandemi-covid-19/>
- Jogja, W. (2021). E-Commerce Tingkatkan Pendapatan UMKM. *Warta Jogja*. <https://www.wartajogja.id/2021/10/e-commerce-tingkatkan-pendapatan-umkm.html>
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). INDUSTRI 4.0: TELAAH KLASIFIKASI ASPEK DAN ARAH PERKEMBANGAN RISET. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17–26. <https://doi.org/10.14710/jati.13.1.17-26>
- Priyohadi, N. D., Suhariadi, F., & Fajrianthi, F. (2019). VALIDITY TEST FOR SHORT GRIT SCALE (GRIT - S) DUCKWORTH ON INDONESIAN MILLENNIALS. *Journal of Educational, Health and Community Psychology*, 8(3), Article 3.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami, Ed.; 3 ed.). Alfabeta.
- Tynan, M. C. (2021). Deconstructing Grit's Validity: The Case for Revising Grit Measures and Theory. Dalam L. E. van Zyl, C. Olckers, & L. van der Vaart (Ed.), *Multidisciplinary Perspectives on Grit: Contemporary Theories, Assessments, Applications and Critiques* (hlm. 137–155). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-57389-8_8