

PENGARUH *PUBLIC SPEAKING* TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI DAN KINERJA PELAKU BISNIS SEKTOR USAHA MENENGAH KECIL MIKRO (UMKM) DI MASA PANDEMI COVID-19

Islamiah Kamil¹

¹ Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Dian Nusantara

Corresponding author

E-mail: islamiah.kamil@undira.ac.id



Diterima : 10/05/2021
Direvisi : 24/05/2021
Dipublikasi : 05/06/2021

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Public Speaking terhadap Kepercayaan Diri Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 dan untuk mengetahui pengaruh Public Speaking terhadap Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang . Teknik analisa yang digunakan adalah dengan regresi linear sederhana. Uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan adalah dengan menggunakan pengujian hipotesis secara partial dilakukan dengan uji t. Hasil akhir dari penelitian ini adalah bahwa Public Speaking berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Diri Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang. Dan Public Speaking berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang.

Kata Kunci: *Public Speaking*, Kepercayaan Diri, Kinerja UMKM

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 berimbas besar pada kelangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Krisis ekonomi yang dialami oleh UMKM pun menjadi ancaman besar bagi perekonomian nasional, mengingat UMKM merupakan penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja terbesar dalam beberapa dekade terakhir. Survei Kajian Cepat Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Kinerja UMKM Indonesia dilaksanakan secara daring pada 1 – 20 Mei 2020, dan melibatkan 679 valid responden dengan mata pencaharian utama sebagai pelaku usaha. Survei ini menjaring responden pelaku usaha mikro 54,98%, ultra-mikro 33,02%, pelaku usaha kecil 8,1% dan pelaku usaha menengah 3.89%; dengan

lama usaha 0-5 tahun (55,2%), 6-10 tahun (24%) dan lebih dari 10 tahun (20,8%). Sebagian besar usaha yang berusia 0-5 tahun berada dalam skala ultra-mikro (58,36%) dan skala mikro (58,33%). Selain itu, terdapat variasi metode penjualan yang dilakukan pelaku usaha, yaitu door-to-door 41%, toko fisik 34%, melalui agen/reseller 32% ,melalui market place 15%, serta penjualan secara online melalui media sosial 54%.

Data survei menunjukkan bahwa selama pandemi, 94,69% usaha mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan skala usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 49,01% usaha ultra-mikro, 43,3% usaha mikro, 40% usaha kecil, dan 45,83% usaha menengah. Berdasarkan lama usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 23,27% usaha berusia 0-5 tahun, 10,9% usaha berusia 6-10 tahun dan 8,84% usaha yang telah berjalan lebih dari 10 tahun. Berdasarkan metode penjualan, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 47,44% usaha penjualan offline/fisik, 40,17% usaha penjualan online, dan 39,41% usaha dengan metode penjualan offline sekaligus online. (Humas LIPI, 2020).

Kinerja adalah cerminan tentang pencapaian atau sasaran, pelaksanaan program, usaha, dan kebijakan yang dicoba untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan dalam kelompok ataupun organisasi (Mashun, 2006). Sebuah organisasi atau perusahaan dalam mempertahankan suatu usaha di tuntut mempunyai suatu kinerja termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). (Wibowo, 2018) supaya kinerja dari UMKM ini baik sehingga diperlukan alat ukur guna mengetahui kinerja dalam keberhasilan dari UMKM itu sendiri. Krisis ekonomi yang diasakan oleh UMKM dengan adanya Pandemi Covid 19 menjadi permasalahan dalam kelangsungan usahanya, dan hal ini menjadi ancaman besar bagi perekonomian nasional. (Ahmad Mukoffi, 2021).

Dalam kehidupan sehari-hari kita sudah bisa berkomunikasi, setiap harinya kita mengobrol, bersenda gurau dan lain-lain, tetapi mengapa perasaan cemas, gugup, canggung, tegang dan grogi selalu menghampiri setiap orang ketika ingin berbicara di depan banyak orang? Mengapa terkadang tangan terasa bergetar, suara tersendat, bahasa yang tidak terstruktur, nafas sesak acap kali terjadi ketika seseorang di hadapkan untuk berbicara di depan umum. Kecemasan untuk tampil di depan umum ternyata merupakan masalah psikologis yang paling banyak di derita orang. Itulah kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh Philip G. Zimbardo, profesor psikologi sosial pada salah satu Universitas Amerika Serikat. Menurutnya 3/4 orang dewasa yang di telitinya akan merasa cemas apabila harus hadir dalam suatu pertemuan yang di hadiri oleh banyak orang yang asing baginya, terlebih berbicara di depannya. (Sari Maimunah, 2015).

Mengingat masyarakat merupakan sebuah kelompok, maka komunikasi yang harus dipraktikkan adalah public speaking. Public speaking dulu dikenal dengan sebutan retorika, namun setelah kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, retorika ini berubah menjadi public speaking. Perubahan tersebut dikarenakan kebutuhan komunikasi menjadi semakin meningkat dan penting sehingga merambah ke berbagai aspek kehidupan. Public speaking wajib dimiliki oleh siapapun untuk menunjang atau sebagai bekal kesuksesan dalam bidang ekonomi, sosial, politik bahkan budaya dan Pendidikan. (Nahar, 2018).

Ada satu pendapat tentang bicara didepan publik yang dituangkan dalam sejumlah buku. Pendapat ini mengatakan, bahwa individu dapat menjadi pembicara yang terampil, jika memiliki keyakinan bahwa individu tersebut cukup percaya diri, dan cukup melakukan latihan. Rasa percaya diri dan ketenangan merupakan hasil pengembangan sejumlah keahlian

untuk menyelesaikan sebuah tugas dengan sukses. Kepercayaan diri sering disebut sebagai kunci utama penentu keberhasilan seseorang. Individu yang memiliki kepercayaan diri yang baik akan mudah menyesuaikan diri dalam lingkungan manapun. Orang yang pandai secara intelegensi belum tentu memiliki rasa percaya diri yang baik, terkadang kepandaianya belum tentu bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan yang baru.

Secara umum, UMKM sering mengalami keterlambatan dalam pengembangannya. Hal ini dikarenakan berbagai masalah konvensional yang tidak terselesaikan secara tuntas (closed loop problems), seperti masalah kapasitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran dan berbagai masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, sehingga UMKM sulit bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar (Abor dan Quartey, 2010 dalam Dwitya 2016). Menurut Ali (2003) dalam Dwitya 2016 memaparkan kinerja UMKM dianalisis dengan menggunakan pendekatan yang didasarkan pada tiga asumsi berikut, yaitu: 1) Pengukuran kinerja UMKM kerap sulit dilakukan secara kuantitatif, dikarenakan terbatasnya sumber daya (pemahaman keuangan dan tenaga kerja). 2) Pengukuran kinerja pada umumnya melihat indikator keuangan yang kompleks, sehingga hal ini tidak secara lengkap memperlihatkan kondisi aktual yang terjadi di bisnis tersebut. 3) Pengukuran kinerja yang kerap dipakai relatif hanya sesuai bila digunakan untuk perusahaan besar yang terstruktur dalam manajemen perusahaannya. Maka dirumuskan pendekatan non-cost performance measures untuk mengukur kinerja UMKM sebagai pengukuran kinerja keuangan dan non keuangan UMKM. Dengan pengukuran yang mudah (melalui persepsi) diharapkan mampu memperlihatkan kondisi sebenarnya dari UMKM tersebut, di samping ke depan perlu dilakukan edukasi untuk menghitung kinerja perusahaan dengan indikator yang mudah seperti company's growth, company's total revenue (sales), total orders dan cash position. (Dwitya 2016).

Berdasarkan uraian diatas tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris mengenai :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Public Speaking terhadap Kepercayaan Diri Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh Public Speaking terhadap Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang
- 3) Urgensi dari penelitian ini adalah pada mengukur dan menganalisa kemampuan para pelaku UMKM dalam dunia Bisnis yang lebih profesional dengan ketrampilan komunikasi terbuka (Public Speaking) sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 khususnya di Wilayah Jakarta dan Tangerang.

KAJIAN PUSTAKA

Public Speaking

Dalam sebuah proses komunikasi, *Public speaking* merupakan salah satu bentuk penjabaran dalam model komunikasi satu arah (*one way communication*) dimana pesan yang disampaikan dalam bentuk searah dari seorang komunikator terhadap komunikan. Namun jika dilihat dari perspektif komunikan *public speaking* termasuk kedalam bentuk komunikasi kelompok, karena dalam proses penyampaian pesan komunikator langsung. Istilah *public speaking* berawal dari ahli retorika, yang mengartikan retorika ini merupakan seni (keahlian)

berbicara atau berpidato yang sudah berkembang sejak abad sebelum masehi. Secara sederhana, *public speaking* dapat diartikan sebagai proses berbicara kepada sekelompok orang dengan tujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi (mempersuasi) dan menghibur audiens. bertatap muka dengan komunikannya. Ada tiga unsur dalam publik speaking (Suhandang, 2009: 52) yaitu:

a) Pembicara

Pembicara merupakan pusat transaksi. Pembicara bertindak sebagai komunikator yang tampil sebagai sentral kegiatan yang menggambarkan terpusatnya para audiens dengan “memandang” pembicara.

b) Pesan

Semua pesan dalam kegiatan *public speaking* mengalir, bertolak dari pembicara menuju pendengarnya. Pesan yang dikirimkan dan diterima secara simultan dan vokal menunjukkan adanya kombinasi penyaluran pesan yang efektif, karena satu dan lainnya saling melengkapi.

c) Audiens

Para pendengar atau hadirin (audiens) yang terlibat dalam proses kegiatan *public speaking* pada hakikatnya merupakan insaneinsan yang jelas masing-masing berbeda dan memiliki kekhasan sendiri.

Pada hakikatnya fungsi *public speaking* dan komunikasi adalah serupa, karena *public speaking* sebagai alat komunikasi. Seorang individu yang ingin menyampaikan pesan kepada individu lain pasti menggunakan lambang yang berarti komunikasi dengan segala prosesnya. Ada unsur yang menyampaikan, ada isi pesan dan ada yang alat pendukung atau media yang dipakai untuk menyampaikannya. Kehidupan manusia umumnya meliputi proses komunikasi. *Public speaking* sebagai alat dan metode komunikasi sudah mulai dikenal dan berfungsi dalam kehidupan sehari-hari. (Nahar, 2018)

Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Artinya seseorang yang mempunyai kepercayaan diri dapat dilihat dari karakteristiknya yaitu tidak mementingkan diri sendiri (toleransi), tidak membutuhkan dorongan dari orang lain, dan optimis.

Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri adalah penilaian seseorang akan kesanggupan dan keterampilan yang dimilikinya yang menimbulkan ketegasan atau keyakinan untuk bertindak dalam area yang lebih luas. Seorang wirausaha memerlukan kepercayaan diri untuk berhasil dalam hidupnya, rasa percaya diri berperan dalam memberikan semangat serta memotivasi individu untuk bereaksi secara tepat terhadap tantangan dan kesempatan yang datang padanya maupun untuk merasakan berbagai kebahagiaan dalam hidupnya. Hakim (2009) menyatakan bahwa orang yang memiliki kepercayaan diri mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Selalu bersikap tenang dalam mengerjakan sesuatu
2. Mempunyai potensi dan kemampuan memadai
3. Mandiri, yaitu orang yang memandang segala sesuatu sendiri tanpa menunggu perintah orang lain.
4. Mampu menyesuaikan diri dan berkomunikasi di berbagai situasi
5. Memiliki keahlian atau keterampilan

6. Memiliki kemampuan bersosialisasi
7. Optimis, yaitu orang yang memandang segala sesuatu dari segi yang mengandung harapan baik dan bereaksi positif dalam menghadapi masalah.
8. Bertanggung jawab, yaitu kesediaan memikul bagian terhadap urusan diri sendiri sehingga dapat memikul kepercayaan dengan baik.
9. Tidak mementingkan diri sendiri, yaitu merupakan suatu tindakan untuk memikirkan orang lain bukan untuk memusatkan perhatian terhadap kepentingan diri sendiri.
10. Tidak memerlukan dukungan orang lain yaitu seseorang yang memiliki pribadi yang matang ialah iorang yang dapat menguasai lingkungan secara aktif dan mandiri tanpa menuntut banyak dari orang lain.

Kinerja Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM)

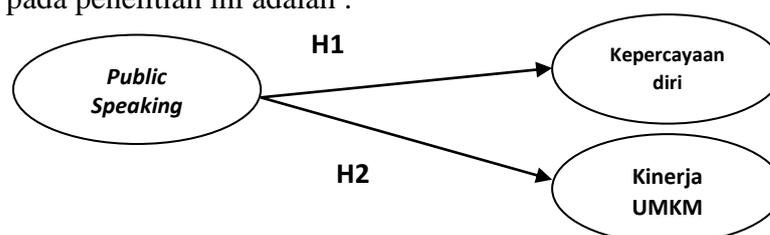
Kinerja adalah hasil yang diperoleh satu organisasi baik organisasi atau perusahaan tersebut yang bersifat profit oriented atau non profit oriented yang dihasilkan selama periode waktu. Kinerja merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan, khususnya kinerja pengusaha yang akan membawa perusahaan pada pencapaian tujuan yang diharapkan karena baik atau buruknya kinerja pengusaha dapat berpengaruh pada baik buruknya kinerja perusahaan. Wirausahawan yang sukses umumnya memiliki kompetensi yang ditunjukkan oleh sikap dan perilakunya dalam menjalankan usaha. Sikap dan 53 perilaku yang terarah dapat membantu seseorang mencapai prestasi atau kinerja yang diharapkan. Pengertian kinerja usaha adalah hasil kerja yang dicapai perusahaan, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas dalam kurun waktu tertentu, Romansyah (2015: 14)

Kinerja usaha merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan suatu pekerjaan yang diminta. Variabel dalam penelitian ini dikembangkan dari kinerja yang telah diteliti oleh Less dan Tsang yang dikutip oleh Theo Suhardi (2012:97) yang terdiri atas pertumbuhan penjualan, pertumbuhan keuntungan usaha. Beberapa aspek yang mendasar dan paling pokok dari pengukuran kinerja yaitu sebagai berikut:

1. Menetapkan tujuan, sasaran dan strategi, dengan menetapkan secara umum apa yang diinginkan oleh perusahaan/organisasi sesuai dengan tujuan, visi dan misinya.
2. Merumuskan indikator kinerja dan ukuran kinerja.
3. Mengukur tingkat pencapaian tujuan dan sasaran organisasi, menganalisis hasil pengukuran kinerja yang dapat diimplementasikan dengan membandingkan tingkat pencapaian tujuan dan sasaran.
4. Mengevaluasi kinerja dengan menilai kemajuan organisasi dan pengambilan keputusan yang berkualitas, memberikan gambaran atau hasil kepada organisasi seberapa besar tingkat keberhasilan tersebut dan mengevaluasi langkah apa yang diambil selanjutnya

Kerangka Pemikiran dan Studi Pendahuluan

Kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Beberapa studi pendahuluan dipaparkan yaitu Ahmad Mukoffi, dkk (2021) hasil penelitiannya bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan pada kinerja UMKM, begitu juga modal usaha yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Sedangkan kecanggihan teknologi menunjukkan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Nahar (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan diri terhadap kemampuan *public speaking*; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan keterampilan berkomunikasi terhadap kemampuan *public speaking* (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan diri dan keterampilan berkomunikasi secara bersama-sama terhadap kemampuan *public speaking*.

Dwiyatna (2016) Hasil penelitian mengkonfirmasi adanya pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan usaha UMKM kreatif di Jawa Tengah. Hal ini memiliki implikasi bahwa dengan literasi keuangan yang baik diharapkan UMKM akan mampu membuat keputusan manajemen dan keuangan yang tepat untuk peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha. Dengan temuan ini diharapkan muncul dukungan yang signifikan dari pemerintah sebagai regulator, akademisi sebagai edukator, swasta sebagai katalisator, dan komunitas sebagai pendorong untuk pengembangan literasi keuangan pada UMKM di Jawa Tengah.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang diteliti dan kebenarannya perlu diuji secara empiris. Penelitian ini menggunakan penelitian hipotesis kausal yang menyatakan adanya pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya.

1) *Public Speaking* Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Diri Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang

Public speaking berawal dari ahli retorika, yang mengartikan retorika ini merupakan seni (keahlian) berbicara atau berpidato yang sudah berkembang sejak abad sebelum masehi. Secara sederhana, *public speaking* dapat diartikan sebagai proses berbicara kepada sekelompok orang dengan tujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi (mempersuasi) dan menghibur audiens. bertatap muka dengan komunikannya Kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Nahar (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan diri terhadap kemampuan *public speaking*; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan keterampilan berkomunikasi terhadap kemampuan *public speaking* (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan diri dan keterampilan berkomunikasi secara bersama-sama terhadap kemampuan *public speaking*. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H1: Public Speaking Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Diri Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang

2) *Public Speaking* Berpengaruh Terhadap Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang

Public speaking berawal dari ahli retorika, yang mengartikan retorika ini merupakan seni (keahlian) berbicara atau berpidato yang sudah berkembang sejak abad sebelum masehi. Secara sederhana, *public speaking* dapat diartikan sebagai proses berbicara kepada sekelompok orang dengan tujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi (mempersuasi) dan menghibur audiens. bertatap muka dengan komunikannya. Kinerja usaha merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan suatu pekerjaan yang diminta. Variabel dalam penelitian ini dikembangkan dari kinerja yang telah diteliti oleh Less dan Tsang yang dikutip oleh Theo Suhardi (2012:97) yang terdiri atas pertumbuhan penjualan, pertumbuhan keuntungan usaha Ahmad Mukoffi, dkk (2021) hasil penelitiannya bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan pada kinerja UMKM, begitu juga modal usaha yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Sedangkan kecanggihan teknologi menunjukkan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H2: Public Speaking Berpengaruh Terhadap Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan **metode penelitian kausal** yang bertujuan untuk menguji tentang pengaruh, antara suatu variabel (Independen/ X_n) dengan variabel lainnya (Variabel Dependen/ Y_n). Dalam hal ini terdiri: $X = \text{Public Speaking}$, dan $Y_1 = \text{Kepercayaan Diri}$ sebagai variabel Dependen serta $Y_2 = \text{Kinerja UMKM}$ sebagai variabel Dependen. Penelitian ini memerlukan pengujian hipotesis dengan uji statistik.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin diinvestigasi (Sekaran, 2006). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pelaku Bisnis UMKM Wilayah Jakarta dan Tangerang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Convenience Sampling*, dengan cara membagikan kuesioner kepada Pelaku Bisnis UMKM Wilayah Jakarta dan Tangerang. Alasan pemilihan teknik pengambilan sampel ini adalah untuk mempermudah proses pengambilan sampel. (Fikriningrum, 2012: 34). Roscoe (1975) dalam Sekaran (2006) yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang memadai untuk penelitian adalah berkisar antara 30 hingga 500. Pada penelitian yang menggunakan analisis multivariate (seperti analisis regresi berganda), ukuran sampel minimal harus 10 kali lebih besar dari pada jumlah variabel bebas.

Sementara itu, Hair *et al.* (1998) dalam Sekaran (2006) menyatakan bahwa jumlah sampel minimal yang harus diambil apabila menggunakan teknik analisis regresi berganda adalah 15 hingga 20 kali jumlah variabel yang digunakan. Jumlah sampel ditentukan dengan syarat seperti yang ditentukan oleh pendekatan Tabachnick dan Fidell (1997) dalam (Hair, 1998) dalam Sekaran (2006), ukuran sampel yang dibutuhkan adalah antara 5 - 10 kali jumlah

parameter. Dengan jumlah parameter penelitian, dalam hal ini adalah jumlah indikator konstruk sebanyak 20, maka jumlah responden idealnya adalah antara 100-200 responden.

Metode Analisis Data

Sebelum melakukan pengujian hipotesis maka dilakukan uji asumsi normal untuk mengetahui apakah variabel yang dibandingkan rata-ratanya telah terdistribusi normal. Teknik pengujian normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-Sample T Test* yang terdapat pada program komputer *SPSS 20.0 for Windows*.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan signifikansi hasil pengujian dengan tingkat signifikansi 0,05. Nilai signifikansi dari uji normalitas ini haruslah sebesar 0,05, karena jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal. Jika data berdistribusi tidak normal maka digunakan metode *trimming*. Salah satu penyebab yang menjadikan data tidak berdistribusi normal adalah karena terdapat beberapa item data yang bersifat *outliers*, yaitu yang mempunyai nilai di luar batas normal dibandingkan dengan data lain dalam suatu sampel. Untuk itu digunakan metode *trimming*, yaitu membuang data yang bersifat *outliers* tersebut (Nugroho: 2005). Karakteristik dari alat uji statistik *Independent-Samples T Test* adalah:

- 1) Data yang akan diuji berdistribusi normal atau,
- 2) Varian dari data tersebut homogen, jika salah satu dari kedua karakteristik terpenuhi maka pengujian dapat dilakukan.

Uji *Independent-Samples T Test* berdasarkan hasil *Levene's Test*, diambil suatu keputusan. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak, artinya tidak ada perbedaan signifikan antara kelompok sampel. Sebaliknya jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima, artinya terdapat perbedaan signifikan antara kelompok sampel.

1. Uji Validitas

Validitas adalah mengukur apa yang ingin diukur, Validitas atau kesahihan bentuk, prediktif, konvergen, digunakan teknik korelasi, sedangkan diskriminan yang membedakan item digunakan uji t yaitu dengan membedakan 50% atau 27% skor terendah dengan 50% atau 27% skor tertinggi. Jika $t_{hitung} \geq + t_{tabel}$ maka alat pengumpul data dapat dinyatakan Valid untuk variabel tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau keterandalan menggunakan "Cronbach Alpha" (α) hal ini dapat digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen skala Likert (1 sampai 5) atau instrumen yang item-itemnya dalam bentuk esai. Tes reliabilitas untuk skala Likert menggunakan analisis item, yaitu untuk masing-masing skor item tertentu dikorekalsikan dengan skor totalnya, jika r kurang dari 0,80 atau $r(\alpha) < t_{hitung}$ dinyatakan tidak reliabel.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis pada thesis ini, menggunakan Pengujian Pengaruh dimana menggunakan dua buah variabel atau lebih variabel yang dibedakan antara variabel-variabel dependen dan variabel-variabel independen. Pengujian Pengaruh disini menggunakan teknik *multivariat* karena menggunakan dua variabel independen. Pengujian pengaruh dilakukan dengan menguji efek dari variabel independen ke variabel dependen. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah model Regresi; maka pengujian pengaruh ingin menguji secara statistik pengaruh dari variabel X (Independen) kedalam

variabel Y (Dependen). Pengujian yang dilakukan untuk melihat pengaruh X ke Y adalah pengujian-t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskriptif atau gambaran umum data yang telah dikumpulkan dalam penelitian. Analisis ini ditampilkan untuk mempermudah dalam mengetahui tanggapan responden pada umumnya terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Variabel yang diteliti adalah *Public Speaking* (X), Kepercayaan Diri (Y1) dan Kinerja UMKM (Y2). Pada Tabel 4.1 berikut dapat dilihat hasil ringkasan analisis statistika deskriptif dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
<i>Public Speaking</i>	200	15.00	20.00	22.3200	.31123	4.25894
Kepercayaan Diri	200	18.00	22.00	22.9200	.35567	3.11258
Kinerja UMKM	200	20.00	25.00	25.6400	.33107	3.22346
Valid N (listwise)	200					

Sumber: Data diolah 2021

1. Variabel pertama yaitu *Public Speaking* (X). Dari 200 responden yang dianalisis memiliki nilai total skor jawaban minimum sebesar 15, nilai maksimum 20, nilai rata-ratanya 22,32 dan standar deviasinya sebesar 4,258. Standar deviasi sebesar 4,258 di bawah nilai rata-rata berarti masing-masing sampel penelitian memiliki pemahaman atas *Public Speaking* yang hampir sama.
2. Variabel yang kedua yaitu Kepercayaan Diri (Y1). Dari 200 responden yang dianalisa memiliki nilai total skor jawaban minimum sebesar 18, nilai maksimum 22, nilai rata-ratanya 22,92 dan standar deviasinya sebesar 3,112. Standar deviasi sebesar 3,112 di bawah nilai rata-rata berarti masing-masing sampel memiliki nilai kepercayaan diri yang hampir sama.
3. Variabel yang ketiga yaitu Kinerja UMKM (Y2). Dari 200 responden yang dianalisa memiliki nilai total skor jawaban minimum sebesar 20, nilai maksimum 25, nilai rata-ratanya 25,64 dan standar deviasinya sebesar 3,223. Standar deviasi sebesar 3,223 di bawah nilai rata-rata berarti masing-masing sampel memiliki nilai Kinerja UMKM yang hampir sama

Uji Statistik t digunakan untuk melihat signifikan dari pengaruh independen secara individu terhadap variabel dependen dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel pada signifikansi 0,05. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan tabel t dengan tingkat signifikan sebesar $0,05/2 = 0,025$ (pengujian dua sisi) maka diperoleh t tabel 0,2832. Hasil uji statistik t adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji T *Public Speaking* Terhadap Kepercayaan Diri

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.616	2.547		7.029	.000
	<i>Public Speaking</i>	.373	.236	.390	3.754	.003

a. Dependent Variable: Kepercayaan Diri
 Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan hasil dari pengujian secara parsial adalah Variabel *Public Speaking* (X) Dari hasil uji statistik t diperoleh nilai t hitung sebesar 3,754 dengan tingkat signifikan sebesar 0,003. Ini berarti t hitung > t tabel (3,754 > 2,832) dan tingkat signifikan < 0,05 (0,003 < 0,05 artinya *Public Speaking* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepercayaan Diri (Y1) pada Pelaku Bisnis UMKM di wilayah Jakarta dan Tangerang

Tabel 3. Hasil Uji T *Public Speaking* Terhadap Kinerja UMKM

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.903	3.556		8.858	.000
	<i>Public Speaking</i>	.412	.336	.392	3.145	.023

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM
 Sumber: Data diolah 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan hasil dari pengujian secara parsial adalah Variabel Korupsi Pajak (X) Dari hasil uji statistik t diperoleh nilai t hitung sebesar 3,145 dengan tingkat signifikan sebesar 0,023. Ini berarti t hitung > t tabel (3,145 > 2,832) dan tingkat signifikan < 0,05 (0,023 < 0,05 artinya *Public Speaking* berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y2) pada Pelaku Bisnis UMKM di wilayah Jakarta dan Tangerang.

Berdasarkan hasil output SPSS atas analisis data pada tabel 4.2 dan 4.3 diatas diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

1. **Kepercayaan Diri = 5,616 + 0,373Public Speaking**
2. **Kinerja UMKM = 7,903 + 0,412 Public Speaking**

Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa konstanta sebesar 5,616, artinya jika *Public Speaking* (X) nilainya adalah 0, maka Kepercayaan Diri (Y1) nilainya positif sebesar 5.616, penjelasan nilai positif pada koefisien regresi variabel X sebesar 0.373 adalah bahwa ada hubungan positif antara variabel *Public Speaking* (X) dengan variabel Kepercayaan Diri. Berdasarkan uji t ini maka *Public Speaking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Diri, dimana menjelaskan bahwa semakin baik *Public Speaking* maka semakin berpengaruh pada

kepercayaan Diri Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang secara signifikan.

Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa konstanta sebesar 7,903, artinya jika *Public Speaking* (X) nilainya adalah 0, maka Kinerja UMKM (Y2) nilainya positif sebesar 7.903, penjelasan nilai positif pada koefisien regresi variabel X sebesar 0.412 adalah bahwa ada hubungan positif antara variabel *Public Speaking* (X) dengan variabel Kinerja UMKM. Berdasarkan uji t ini maka *Public Speaking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM, dimana menjelaskan bahwa semakin baik *Public Speaking* maka semakin berpengaruh pada Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang secara signifikan

Adapun pembahasan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1) *Public Speaking* Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Diri Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang

Ada hubungan positif antara variabel *Public Speaking* (X) dengan variabel Kepercayaan Diri. Berdasarkan uji t ini maka *Public Speaking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Diri, dimana menjelaskan bahwa semakin baik *Public Speaking* maka semakin berpengaruh pada kepercayaan Diri Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang secara signifikan.. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nahar (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan diri terhadap kemampuan *public speaking*; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan keterampilan berkomunikasi terhadap kemampuan *public speaking* (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan diri dan keterampilan berkomunikasi secara bersama-sama terhadap kemampuan *public speaking*.

2) *Public Speaking* Berpengaruh Terhadap Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang

Ada hubungan positif antara variabel *Public Speaking* (X) dengan variabel Kinerja UMKM. Berdasarkan uji t ini maka *Public Speaking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM, dimana menjelaskan bahwa semakin baik *Public Speaking* maka semakin berpengaruh pada Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang secara signifikan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Mukoffi, dkk (2021) hasil penelitiannya bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan pada kinerja UMKM, begitu juga modal usaha yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Sedangkan kecanggihan teknologi menunjukkan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Public Speaking* terhadap kepercayaan Diri dan Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) *Public Speaking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan Diri Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang. Hasil dari penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa kepercayaan Diri dipengaruhi oleh *Public Speaking* yang terjadi.
- 2) *Public Speaking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 di Wilayah Jakarta dan Tangerang. Hasil dari penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa Kinerja UMKM dipengaruhi oleh *Public Speaking* yang terjadi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian tersebut, maka peneliti merekomendasikan berupa:

- 1) Penelitian selanjutnya memperluas wilayah penelitian dan memperkaya lagi dengan variabel-variabel lain seperti literasi keuangan dan etika bisnis.
- 2) Melihat pentingnya kemampuan berkomunikasi secara terbuka bagi pelaku bisnis UMKM akan mempengaruhi kepercayaan diri dan kinerja UMKM dimasa pandemi covid-19 saat ini, dimana UMKM termasuk sektor yang survive dalam keberlangsungan bisnisnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Mukoffi, dkk 2021. "Karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi terhadap kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19". Jurnal Paradigma Ekonomika Vol.16. No.2, April □ Juni 2021 ISSN: 2085-1960
- Dwitya. 2016. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Umkm Di Jawa Tengah." Jurnal Siasat Bisnis Vol. 20 No. 1, Januari 2016
- Hakim, Lukmanul. *Perencanaan Pembelajaran*. Bandung: Cv Wacana Prima, 2009.
- Idi Subandy Ibrahim, *Kecerdasan Komunikasi: Seni Berkomunikasi Kepada Public* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007)
- Jogiyanto. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis, Salah Kaprah dan Pengalaman- Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- R Sahabuddin 2015 "[Effect of entrepreneurship commitment to self-efficacy through intention of entrepreneurship and competence](#)" International Journal of Business and Management Science 8 (1), 67-81
- Sari Maimunah. 2015. "Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Kemampuan Berkomunikasi (*Public Speaking*) Pada Alumni Kahfi Motivator School Tangerang Selatan". Universitas Islam Negerisyarif Hidayatullah Jakarta
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Ifabeta.
- Theo, Suhardi 2012, *Entrepreneurship*. UNPAD PRESS
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, BP Universitas Diponegoro 2011
- Tim Penerjemah Kamus Lengkap Psikologi. 2011. *Kamus Lengkap Psikologi* oleh J.P. Chaplin. Jakarta: Rajawali Pers.
- <http://lipi.go.id/berita/survei-kinerja-umkm-di-masa-pandemi-covid19/22071> diunduh Meret 2021.