

# EFEKTIVITAS PROGRAM PELATIHAN EFIKASI DIRI BERBASIS RENCANA TINDAKAN TERHADAP PENINGKATAN GRIT TENAGA PENJUALAN DALAM BISNIS PENJUALAN BERJENJANG

Diani Fauziah<sup>1</sup>, Missiliana Riasnugrahani<sup>2</sup>, Indah Soca Retno Kuntari<sup>3</sup>  
Universitas Kristen Maranatha<sup>1,2,3</sup>,

Email: [dianifauziah@gmail.com](mailto:dianifauziah@gmail.com)<sup>1</sup>, [missiliana.ria@psy.maranatha.edu](mailto:missiliana.ria@psy.maranatha.edu)<sup>2</sup>,  
[indah.sk@psy.maranatha.edu](mailto:indah.sk@psy.maranatha.edu)<sup>3</sup>

\*Penulis Korespondensi: [dianifauziah@gmail.com](mailto:dianifauziah@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji efektivitas program pelatihan *self-efficacy* berbasis *action plan* terhadap peningkatan grit pada tenaga penjualan di dalam bisnis penjualan berjenjang. Grit, yang terdiri dari *perseverance of effort*, *consistency of interest*, dan *adaptability to situations*, dipandang sebagai karakter penting untuk menghadapi tantangan dalam penjualan langsung. Desain penelitian ini adalah quasi eksperimen dengan pendekatan *mixed-method*. Subjek penelitian berjumlah 14 orang tenaga penjualan yang dibagi ke dalam kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Jumlah peserta yang relatif kecil ( $n=14$ ) ini menjadi keterbatasan di dalam penelitian sehingga generalisasi dari temuan ini menjadi lebih terbatas. Pelatihan dilakukan berdasarkan teori sumber *self-efficacy* dengan metode *experiential learning*. Pelatihan dilanjutkan dengan sesi *action plan* yang berlangsung selama 2 minggu. *Pretest* dan *posttest* dilakukan menggunakan kuesioner *Employee Grit Scale* (E-Grit) dan *General Self-Efficacy Scale* (GSES). Hasil analisis menggunakan uji Wilcoxon Signed-Rank Test menunjukkan nilai  $Z = -0.430$  dengan Asymp. Sig. (2-tailed) 0.667,  $p > 0,05$  sehingga meskipun secara deskriptif mayoritas peserta kelompok eksperimen mengalami peningkatan skor grit, hasil pengujian statistik tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa program pelatihan belum secara meyakinkan meningkatkan grit secara statistik. Meskipun begitu, hasil evaluasi level perubahan perilaku enam bulan pasca-intervensi menunjukkan peningkatan performa kerja peserta, yang ditandai dengan meningkatnya kepercayaan diri, ketangguhan dalam menghadapi penolakan, serta kemampuan pengelolaan waktu. Temuan ini mengindikasikan potensi jangka panjang dari efektivitas intervensi.

**Kata kunci:** Grit, Efikasi Diri, Tenaga Penjualan, Penjualan Berjenjang

# THE EFFECTIVENESS OF AN ACTION PLAN-BASED SELF-EFFICACY TRAINING PROGRAM IN ENHANCING SALESPERSON GRIT WITHIN A MULTILEVEL MARKETING BUSINESS

## Abstract

*This study aims to examine the effectiveness of an action plan-based self-efficacy training program in enhancing grit among salesperson in multilevel marketing business. Grit which encompasses perseverance of effort, consistency of interest, and adaptability to situations is viewed as a critical trait for confronting challenges in direct sales. The research design is a quasi-experiment employing a mixed-methods approach. The study involved 14 salespeople divided into experimental and control groups. The relatively small number of participants (n=14) is a limitation of this study, thereby restricting the generalizability of its findings. The training was conducted based on the sources of self-efficacy theory and implemented through experiential learning methods. It was followed by a two-week action planning session. Pretest and posttest assessments utilized the Employee Grit Scale (E-Grit) and the General Self-Efficacy Scale (GSES). Statistical analysis using the Wilcoxon Signed-Rank Test yielded a Z-score of -0.430 with an Asymp. Sig. (2-tailed) of 0.667 ( $p > 0.05$ ). Although descriptive data suggested that most participants in the experimental group showed an increase in grit scores, the statistical test revealed no significant difference. This indicates that the training program did not conclusively improve grit from a statistical standpoint. However, behavioral change evaluations conducted six months post-intervention demonstrated enhanced work performance among participants, marked by increased self-confidence, resilience in facing rejection, and improved time management skills. These findings suggest the potential long-term effectiveness of the intervention.*

**Keywords:** Grit, Self-Efficacy, Salespeople, Multilevel Marketing

## PENDAHULUAN

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan memiliki peranan yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat. Salah satu cara dalam melakukan bisnis adalah melalui penjualan langsung. Penjualan langsung adalah metode distribusi barang dan jasa kepada konsumen melalui kontak pribadi antara pembeli dan

penjual yang berlokasi jauh dari lokasi bisnis tetap (Peterson & Wotruba, 1996 dalam (Wotruba, Brodie, & Stanworth, 2005). Salah satu bentuk bisnis yang melakukan penjualan langsung adalah bisnis *multilevel marketing*. Di Indonesia, bisnis *multilevel marketing* mulai masuk pada tahun 1986. Saat ini, bisnis *multilevel marketing* di Indonesia berkembang dengan pesat dengan setidaknya 4.305 terdaftar di Asosiasi

Penjualan Langsung Indonesia (APLI) sebagai bagian dari *multilevel marketing*. Selain itu, sekitar 5,3 juta jiwa merupakan penjual langsung dan mampu memberikan pemasukan kepada negara sebesar 16,3 triliun rupiah (Lewokeda, 2022).

Perusahaan penjualan langsung beroperasi di bawah dua tipe utama struktur organisasi yang disebut *multilevel* dan *singlelevel* (Wotruba *et al.*, 2005). Tidak seperti *singlelevel* dimana *salesperson* mencurahkan seluruh upayanya untuk menjual dan mencapai semua kompensasi berdasarkan penjualan mereka sendiri, dalam organisasi *multilevel*, *salesperson* tidak hanya melakukan penjualan produk, tapi juga merekrut, melatih, dan mengawasi *salesperson* lainnya yang menjadi bagian dari *downline* yang direkrut, dan penjualan yang dilakukan oleh *downline* tersebut memberikannya kompensasi (Wotruba *et al.*, 2005).

Hal ini membuat *salesperson* dalam perusahaan *multilevel marketing* bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah karena dalam melakukan penjualan itu sendiri, seorang *salesperson* harus mengalami berbagai macam tantangan. Dalam pemasaran produknya, tidak jarang *salesperson* harus mendapatkan penolakan dari konsumen. Sebagai apapun produk yang mereka jual, tidak menjamin konsumen akan membeli produk mereka. Selain itu, *salesperson multilevel marketing* juga harus terus menerus menjual harapan dan impian

kepada konsumen mereka agar mereka mau membeli produk dan bergabung menjadi *downline* di dalam bisnis mereka. Hal ini bukan merupakan hal yang mudah karena pekerjaannya di perusahaan *multilevel marketing* membuat mereka memiliki stereotip yang kurang mengenakkan di mata masyarakat, membuat mereka harus berupaya lebih keras dalam mempromosikan produk dan merekrut *downline*. Selain itu, ketika terdapat pelanggan yang tertarik menjadi *downline*, *salesperson* juga perlu mengerahkan energinya untuk mengarahkan dan mengatur *downline* mereka agar mampu menghasilkan pendapatan dan tetap bertahan di dalam bisnis. Hal ini membuat *salesperson* memiliki waktu yang terbatas untuk mengatur pekerjaan dan tanggung jawab pribadi mereka; yang akhirnya menyebabkan mereka sering berada di bawah tekanan dari stres yang berkaitan dengan peran mereka sebagai *salesperson* (Rangarajan, Peasley, Paesbrugge, Srivastava, dan Stewart, 2021).

Kesulitan-kesulitan yang dirasakan oleh *salesperson* dalam menghadapi tantangan tersebut membuat perusahaan penjualan langsung memiliki angka *turn over* yang cukup tinggi. Menurut *Direct Selling Association* (2022) terdapat penurunan angka *salesperson* sebesar 5,2% dari penjualan langsung semenjak tahun 2020. *Turn over* ini menjadi masalah yang signifikan bagi perusahaan penjualan

langsung karena berdampak pada ukuran dan kontinuitas *salespeople* yang menghasilkan pendapatan pada perusahaan tersebut (Wotruba *et al.*, 2005).

Berdasarkan penjelasan mengenai kesulitan-kesulitan yang dialami oleh *salesperson* tersebut, tampaknya membuat wajar jika grit, sebuah konstruk yang berhubungan dengan ketekunan individu dalam mengejar tujuan jangka panjang, memiliki dampak yang positif terhadap kinerja *salesperson* (Dugan, Hochstein, Rouziou, & Britton, 2019). Grit merupakan kecenderungan seorang individu untuk menunjukkan gairah, motivasi, dan ketekunan dalam mencapai tujuan jangka panjang (Datu, Yuen, dan Chen, 2016). Ketika seorang *salesperson* memiliki grit yang tinggi di dalam dirinya, ia akan terus bertahan dan terus melaju meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti stereotip yang kurang mengenakkan dari masyarakat, penolakan dari pelanggan, kesulitan dalam mengembangkan *downline*, bahkan kehilangan pelanggan maupun *downline*. Dengan grit yang dimilikinya, alih-alih menyerah, mereka akan lebih memilih untuk meningkatkan performansi mereka di dalam pekerjaan sehingga mereka dapat mengatasi tantangan-tantangan yang ada dan akhirnya mencapai tujuan yang mereka harapkan. Oleh karena itu, grit merupakan sebuah karakteristik yang sangat penting untuk dimiliki oleh seorang *salesperson*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan

oleh Dugan *et al.* (2019) yang menunjukkan bahwa *salesperson* yang memiliki grit yang tinggi memiliki performansi dan kepuasan kerja yang lebih tinggi daripada rekan kerja mereka yang kurang memiliki grit. Selain itu, Dugan *et al.* (2019) juga menemukan bahwa peningkatan kepuasan yang ditimbulkan dari kehadiran grit mengarahkan *salesperson* kepada tingkat keterikatan kerja yang lebih tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Matthews & Edmondson (2019) terhadap *salesperson* juga menemukan dampak lain dari grit, mereka menyatakan bahwa grit memiliki dampak negatif terhadap kelelahan emosional. Hal ini dikarenakan Individu yang memiliki grit cenderung lebih resilien dan bisa mengelola tekanan kerja mereka dengan lebih baik.

Selain itu, grit akan berdampak positif pada kreativitas dalam penjualan (*sales creativity*), dan selanjutnya, akan berdampak positif pada *emotional engagement* (Matthews & Edmondson, 2019). Sehingga, grit tidak hanya berperan dalam menjaga ketekunan dan mengurangi kelelahan emosional, tetapi juga mendorong munculnya ide-ide kreatif yang pada akhirnya memperkuat ikatan emosional individu dengan pekerjaannya.

Grit juga memoderasi hubungan antara kewirausahaan dan loyalitas yang hal ini dapat memberikan dampak terhadap berkurangnya angka *turn over* yang

5 Fauziah, D., Riasnugrahani, M., & Kuntari, I. S. R. (2025). Efektivitas program pelatihan efikasi diri berbasis rencana tindakan terhadap peningkatan grit tenaga penjualan dalam bisnis penjualan berjenjang. *INQUIRY: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 16(2), 1–22

dilakukan oleh *salesperson* (Rodriguez, Boyer, Fleming, & Cohen, 2019).

Melihat dari kondisi ini, dirasa penting untuk meningkatkan grit pada *salesperson* agar mereka dapat menghadapi berbagai macam tantangan dalam menekuni pekerjaan mereka. Dugan *et al.* (2019) mengatakan bahwa meskipun minat terhadap grit meningkat baik dari komunitas ilmiah maupun masyarakat umum, grit masih jarang diperhatikan di dalam literatur penjualan. Dugan *et al.* (2019) menyarankan peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang dapat mengidentifikasi *salesperson* yang memiliki grit dan mengembangkan grit yang ada di dalam diri mereka. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan grit ini bisa dilakukan dengan pemberian intervensi kepada *salesperson*. Intervensi sendiri merupakan serangkaian kegiatan, tindakan, dan peristiwa yang dimaksudkan untuk membantu organisasi untuk meningkatkan kinerja dan efektivitasnya (Cummings & Worley, 2009).

Hwang & Nam (2021) mengusulkan strategi intervensi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan grit, strategi ini terbagi menjadi domain kognitif, perilaku, dan emosional. Dalam domain kognitif, peningkatkan grit dapat dilakukan dengan cara mengajarkan grit itu sendiri, merefleksikan pengalaman yang dialami oleh diri sendiri maupun oleh orang lain,

mengadopsi *growth mindset*, dan menetapkan tujuan jangka panjang dan jangka pendek (*goal setting*) (Hwang & Nam, 2021). Dalam domain perilaku, peningkatkan grit dapat dilakukan dengan cara meningkatkan cara kerja otak, meningkatkan sesi *deliberate practices*, dan mencegah penggunaan media yang berlebihan (Hwang & Nam, 2021). Terakhir, dalam domain emosional, peningkatkan grit dapat dilakukan dengan cara mengatasi emosi negatif (seperti stres dan frustrasi) dalam proses melatih peningkatan grit, dan mendorong diri untuk dapat menemukan minat melalui pengalaman (Hwang & Nam, 2021).

Selain itu, Dugan *et al.* (2019) menyebutkan bahwa *self-efficacy* merupakan hal yang dapat membantu mengembangkan grit dan mengungkapkan efek moderasi yang penting pada grit. Grit berada pada tingkat yang paling tinggi ketika *salesperson* memiliki *self-efficacy* yang tinggi (Dugan *et al.*, 2019). Selain itu, penelitian lain juga mengatakan bahwa grit dan *self-efficacy* menunjukkan hubungan positif yang signifikan satu sama lain (Fabelico & Afalla, 2020; Putri, Pismawenzi, Ardias, 2021; Dobbins, 2006) dan grit dapat dikembangkan dengan mengembangkan *self-efficacy* (Han, 2021; Dobbins, 2006).

*Self-efficacy* merupakan salah satu komponen yang dapat berperan penting untuk meningkatkan grit. Grit bersumber

dari empat sumber internal, yaitu *interest*, *purpose*, *practice*, dan *hope* (Duckworth, 2016). Salah satu atribut *practice* merupakan *self-efficacy*. Oleh karena itu, grit dapat berkembang apabila atribut *self-efficacy* pada seseorang ditingkatkan. Karakteristik *self-efficacy* ini dapat meningkatkan grit karena ketika seseorang memiliki *self-efficacy* yang tinggi, ia akan memiliki keyakinan terhadap dirinya sendiri untuk dapat berhasil melakukan sebuah pekerjaan, serta mampu mempertahankan dirinya pada pekerjaan tersebut meskipun mendapatkan hambatan dalam prosesnya. Ia mampu bertahan dikarenakan kepercayaan dirinya bahwa kegagalan tersebut merupakan akibat dari kurangnya usaha, bukan karena ketidakmampuannya. Sehingga, ketika menghadapi kegagalan tersebut, ia akan meningkatkan usahanya alih-alih berhenti.

Merujuk dari penjelasan tersebut, intervensi untuk meningkatkan grit kepada *salesperson* perlu dilakukan karena apabila *salesperson* memiliki grit yang rendah, maka ia berkecenderungan tidak akan mampu bertahan lama di dalam bisnis ini. Intervensi

yang dilakukan selain berupa pelatihan *self-efficacy*, dilakukan juga penerapan *action plan* yang berorientasi kepada tindakan nyata pasca pelatihan. Hal ini karena intervensi berupa pelatihan biasanya bersifat temporer dan tidak selalu mendorong perubahan perilaku yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penerapan *action plan* dilakukan untuk memastikan hasil pembelajaran diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat diidentifikasi bahwa kualitas *self-efficacy* berpengaruh kepada grit yang dimiliki oleh *salesperson*. Grit dapat mengarahkan *salesperson* kepada tingkat performansi, kepuasan, dan keterikatan kerja yang lebih tinggi pada pekerjaannya. Namun belum ada instrumen panduan pelaksanaan model *training* yang dapat digunakan untuk meningkatkan grit kepada *salesperson* sehingga perlu adanya penelitian yang meneliti efektivitas pelatihan *self-efficacy* terhadap peningkatan derajat grit pada *salesperson* di dalam bisnis *multilevel marketing*.

## METODE PENELITIAN

**Karakteristik Partisipan:** Karakteristik partisipan dalam penelitian ini adalah *salesperson* perusahaan *multilevel marketing* "X" yang berlokasi di beberapa daerah di Jawa Barat. Populasi dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan secara pasti karena

sifatnya yang dinamis, sesuai dengan karakteristik dunia kerja di dalam bisnis *multilevel marketing*. Adapun kriteria partisipan penelitian ini adalah (1) Aktif sebagai *salesperson* di perusahaan "X" (2) Bersedia berpartisipasi di dalam penelitian

(3) Mengikuti program penelitian hingga akhir.

**Prosedur Sampling:** Partisipan diambil menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data dilakukan di daerah Purwakarta pada tanggal 11 dan 26 November 2024.

**Ukuran Sampel:** Ukuran sampel yang kecil menjadi keterbatasan utama dalam penelitian ini, dengan hanya 14 orang yang menyelesaikan program hingga akhir. Sampel yang diinginkan berjumlah sebanyak 40 orang yang terbagi menjadi 20 kelompok eksperimen dan 20 kelompok kontrol. Pada tahap *pretest*, jumlah peserta mencapai 34 orang. Namun, hanya 14 orang yang menyelesaikan program penelitian hingga akhir. Kondisi ini menyebabkan terjadinya penurunan jumlah sampel secara signifikan, yang berdampak pada rendahnya daya uji statistik.

**Instrumen:** Pengukuran variabel grit dilakukan dengan menggunakan kuesioner *Employee Grit Scale* (E-Grit) yang dikembangkan oleh Febriawan & Maulina (2020) berdasarkan *Triarchic Model of Grit* (TMG) Datu, Yuen, dan Chen (2017). Pengukuran *self-efficacy* dilakukan dengan

menggunakan kuesioner *General Self Efficacy Scale* (GSES) yang dikembangkan oleh Schwarzer dan Jerusalem (1995) dan diadaptasi secara bahasa, konteks, dan *back-translation* oleh Novrianto, Maretih, dan Wahyudi (2019). Keduanya menggunakan skala likert yang terdiri dari enam alternatif jawaban. Karena partisipan berukuran kecil, maka validitas dan realibilitas instrumen didasarkan kepada pengukuran yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya.

## HASIL

Pada tahap awal, jumlah partisipan yang memenuhi kriteria adalah 34 orang. Seluruh partisipan menjalani tahap *pretest*, namun hanya 14 orang yang menyelesaikan seluruh tahapan penelitian hingga tahap *posttest*.

Data yang hilang berasal dari partisipan yang tidak mengikuti sesi *posttest*. Data yang hilang tidak di-*impute*, sehingga analisis hanya dilakukan pada partisipan yang menyelesaikan seluruh tahapan penelitian.

Tabel 1. Data Demografi Partisipan

| Karakteristik | Kelompok          | N         | %           |
|---------------|-------------------|-----------|-------------|
| Usia (tahun)  | <b>21-40</b>      | <b>10</b> | <b>71%</b>  |
|               | 41-60             | 4         | 29%         |
| Jenis Kelamin | Laki-laki         | 0         | 0%          |
|               | <b>Perempuan</b>  | <b>14</b> | <b>100%</b> |
| Domisili      | Garut             | 2         | 14%         |
|               | <b>Purwakarta</b> | <b>10</b> | <b>71%</b>  |
|               | Bandung           | 2         | 14%         |
| Level         | Level 1           | 0         | 0%          |
|               | Level 2           | 1         | 7%          |
|               | Level 3           | 1         | 7%          |
|               | Level 4           | 1         | 7%          |
|               | <b>Level 5</b>    | <b>6</b>  | <b>43%</b>  |
|               | Level 6           | 4         | 29%         |
|               | Level 7           | 1         | 7%          |
| Pendidikan    | SD                | 2         | 14%         |
|               | SMP/Sederajat     | 2         | 14%         |

8 Fauziah, D., Riasnugrahani, M., & Kuntari, I. S. R. (2025). Efektivitas program pelatihan efikasi diri berbasis rencana tindakan terhadap peningkatan grit tenaga penjualan dalam bisnis penjualan berjenjang. *INQUIRY: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 16(2), 1–22

|             |                            |          |            |
|-------------|----------------------------|----------|------------|
|             | <b>SMA/Sederajat</b>       | <b>6</b> | <b>43%</b> |
|             | D3                         | 2        | 14%        |
|             | S1                         | 2        | 14%        |
| Penghasilan | <b>500.000 - 2.500.000</b> | <b>5</b> | <b>36%</b> |
|             | 2.500.000 - 5.000.000      | 4        | 29%        |
|             | 5.000.000 - 7.500.000      | 1        | 7%         |
|             | 7.500.000 - 10.000.000     | 1        | 7%         |
|             | 10.000.000 >               | 3        | 21%        |
|             |                            |          |            |
|             |                            |          |            |
| Total       |                            | 14       | 100%       |

Data demografi partisipan pada tabel 1. menunjukkan bahwa sebagian besar *salesperson* berusia 21-40 tahun (71%). Seluruh peserta merupakan perempuan (100%). Sebagian besar *salesperson* berdomisili di daerah Purwakarta (71%). Sebagian besar *salesperson* merupakan *salesperson* level 5 di dalam perusahaan *multilevel marketing* mereka (43%). Sebagian besar *salesperson* merupakan lulusan SMA/Sederajat (45%) dan berpenghasilan pada kisaran 500.000-2.500.000 (36%) perbulan.

Sebelum pelaksanaan intervensi, dilakukan uji *pretest* kepada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol menggunakan uji Mann-Whitney U Test untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara keduanya.

Tabel 2. Ranks *Pretest* Mann-Whitney U Test

|         | Kelompok   | N  | Mean Rank | Sum of Ranks |
|---------|------------|----|-----------|--------------|
| Pretest | Eksperimen | 7  | 6.71      | 47.00        |
|         | Kontrol    | 7  | 8.29      | 58.00        |
|         | Total      | 14 |           |              |

Berdasarkan hasil uji Mann-Whitney U Test kelompok untuk mengevaluasi perbedaan

pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol sebelum pelaksanaan intervensi, didapatkan data bahwa kelompok kontrol memiliki nilai *mean rank* yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok eksperimen, yaitu sebesar 8.29 berbanding dengan 6.71. Hal ini menunjukkan bahwa secara deskriptif, skor rata-rata kelompok kontrol cenderung bernilai lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok eksperimen.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Mann-Whitney U Test

|                                | Pretest           |
|--------------------------------|-------------------|
| Mann-Whitney U                 | 19.000            |
| Wilcoxon W                     | 47.000            |
| Z                              | -.710             |
| Asymp. Sig. (2-tailed)         | .478              |
| Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)] | .535 <sup>b</sup> |

a. Grouping Variable: Grup

b. Not corrected for ties.

Berdasarkan *output test statistics* dalam uji Mann-Whitney U Test pada tabel 3. diketahui bahwa Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.478 yang bernilai lebih besar dari *p-value* > 0.05. yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok eksperimen dan kontrol pada saat *pretest*. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua kelompok berada dalam kondisi awal yang relatif setara, sehingga dapat digunakan untuk analisis lanjut mengenai efektivitas program intervensi.

Setelah pelaksanaan intervensi, dilakukan pengukuran *posttest* pada kedua hasil antara kelompok eksperimen dan



kelompok kontrol.

Tabel 4. Ranks *Posttest* Mann-Whitney U Test

|          | Kelompok   | N  | Mean Rank | Sum of Ranks |
|----------|------------|----|-----------|--------------|
| Posttest | Eksperimen | 7  | 8.64      | 60.50        |
|          | Kontrol    | 7  | 6.36      | 44.50        |
|          | Total      | 14 |           |              |

Berdasarkan hasil uji Mann-Whitney U Test pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol setelah pelaksanaan intervensi, didapatkan data bahwa kelompok eksperimen memiliki nilai *mean rank* yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok kontrol, yaitu sebesar 8.64 berbanding dengan 6.36. Hal ini menunjukkan bahwa secara deskriptif, skor rata-rata kelompok eksperimen cenderung bernilai lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok kontrol.

Tabel 5. Hasil Uji Statistik Mann-Whitney U Test

|                                | Posttest          |
|--------------------------------|-------------------|
| Mann-Whitney U                 | 16.500            |
| Wilcoxon W                     | 44.500            |
| Z                              | -1.034            |
| Asymp. Sig. (2-tailed)         | .301              |
| Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)] | .318 <sup>b</sup> |

- a. Grouping Variable: Grup  
b. Not corrected for ties.

Berdasarkan *output test statistics* dalam uji Mann-Whitney U Test pada tabel 5. diketahui bahwa Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.301 yang bernilai lebih besar dari *p-value* > 0.05. yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok eksperimen dan kontrol pada saat *posttest*. Hal ini menunjukkan

bahwa program intervensi yang diberikan belum mampu menghasilkan perbedaan skor grit yang signifikan.

Kemudian, uji Wilcoxon Signed-Rank Test dilakukan untuk menguji perbedaan skor grit antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol sebelum dan sesudah diberikannya intervensi.

Tabel 6. Ranks Wilcoxon Kelompok Eksperimen

|                      |                | N              | Mean Rank | Sum of Ranks |
|----------------------|----------------|----------------|-----------|--------------|
| Pretest-<br>Posttest | Negative Ranks | 2 <sup>a</sup> | 5.75      | 11.50        |
|                      | Positive Ranks | 5 <sup>b</sup> | 3.30      | 16.50        |
|                      | Ties           | 0 <sup>c</sup> |           |              |
|                      | Total          | 7              |           |              |

- a. Posttest < Pretest  
b. Posttest > Pretest  
c. Posttestn = Pretest

Berdasarkan hasil uji *Wilcoxon Signed Rank Test* terhadap skor grit pada kelompok eksperimen sebelum dan sesudah diberikan intervensi berupa program pelatihan *self-efficacy* berbasis *action plan*, diperoleh data bahwa sebanyak 5 peserta mengalami peningkatan skor grit setelah intervensi (*positive ranks*), sebanyak 2 peserta mengalami penurunan skor grit (*negative ranks*), dan tidak terdapat peserta yang memiliki skor yang sama antara *pre-test* dan *post-test* (*ties*). Selain itu, rata-rata *mean rank* untuk peserta yang mengalami penurunan skor adalah 5.75, dengan total ranking 11.50. Sementara itu, rata-rata *mean rank* untuk peserta yang mengalami

peningkatan adalah 3.30, dengan total *ranking* 16.50.

Tabel 7. Hasil Uji Statistik Wilcoxon terhadap Kelompok Eksperimen

|                        | Posttest-Pretest   |
|------------------------|--------------------|
| Z                      | -.430 <sup>b</sup> |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0.667              |

a. Wilcoxon Signed Ranks Test  
b. Based on negative ranks.

Berdasarkan tabel 7. diketahui bahwa nilai Z sebesar -0.430 dan Asymp. Sig. (2-tailed) bernilai 0.667. Karena nilai 0.667 lebih besar dari  $p\text{-value} > 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada derajat grit antara skor *pre-test* dan *post-test*, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari program pelatihan *self-efficacy* berbasis *action plan* terhadap peningkatan derajat grit terhadap *salesperson multilevel marketing*.

Tabel 8. Ranks Wilcoxon Kelompok Kontrol

|                  |                | N              | Mean Rank | Sum of Ranks |
|------------------|----------------|----------------|-----------|--------------|
| Pretest-Posttest | Negative Ranks | 4 <sup>a</sup> | 3.38      | 13.50        |
|                  | Positive Ranks | 1 <sup>b</sup> | 1.50      | 1.50         |
|                  | Ties           | 2 <sup>c</sup> |           |              |
|                  | Total          | 7              |           |              |

a. Posttest < Pretest

b. Posttest > Pretest

c. Posttestn = Pretest

Berdasarkan hasil uji *Wilcoxon Signed-Rank Test* terhadap skor grit pada kelompok kontrol sebelum dan sesudah diberikan intervensi berupa pelatihan *self-efficacy* berbasis *action plan*, diperoleh data bahwa sebanyak 1 peserta mengalami

peningkatan skor grit setelah intervensi (*positive ranks*), sebanyak 4 peserta mengalami penurunan skor grit (*negative ranks*), dan 2 peserta memiliki skor yang sama antara *pre-test* dan *post-test* (*ties*). Selain itu, rata-rata *mean rank* untuk peserta yang mengalami penurunan skor adalah 3.38, dengan total *ranking* 13.50. Sementara itu, rata-rata *mean rank* untuk peserta yang mengalami peningkatan adalah 1.50, dengan total *ranking* 1.50.

Tabel 9. Hasil Uji Statistik Wilcoxon terhadap Kelompok Kontrol

|                        | Posttest-Pretest    |
|------------------------|---------------------|
| Z                      | -1.625 <sup>b</sup> |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .104                |

a. Wilcoxon Signed Ranks Test  
b. Based on negative ranks.

Berdasarkan tabel 9. diketahui bahwa nilai Z sebesar -1.625 dan Asymp. Sig. (2-tailed) bernilai 0.104. Karena nilai 0.104 lebih besar dari  $p\text{-value} > 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada derajat grit antara skor *pre-test* dan *post-test*, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari program pelatihan *self-efficacy* berbasis *action plan* terhadap peningkatan derajat grit terhadap *salesperson multilevel marketing*.

Tabel 10. Hasil Evaluasi Reaksi

| Aspek                             | Reaksi      | N | %     |
|-----------------------------------|-------------|---|-------|
| Relevansi materi dengan kebutuhan | Sangat Puas | 6 | 85.7% |
|                                   | Puas        | 1 | 14.3% |
|                                   | Cukup       | - | -     |
|                                   | Puas        | - | -     |
|                                   | Kurang Puas | - | -     |

**11** Fauziah, D., Riasnugrahani, M., & Kuntari, I. S. R. (2025). Efektivitas program pelatihan efikasi diri berbasis rencana tindakan terhadap peningkatan grit tenaga penjualan dalam bisnis penjualan berjenjang. *INQUIRY: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 16(2), 1–22

|                                                                                            |                    |          |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|--------------|
| Kualitas materi yang diberikan                                                             | <b>Sangat Puas</b> | <b>7</b> | <b>100%</b>  |
|                                                                                            | Puas               | -        | -            |
|                                                                                            | Cukup              | -        | -            |
|                                                                                            | Puas               | -        | -            |
|                                                                                            | Kurang Puas        | -        | -            |
| Manfaat materi dalam menunjang pekerjaan                                                   | <b>Sangat Puas</b> | <b>6</b> | <b>85.7%</b> |
|                                                                                            | Puas               | -        | -            |
|                                                                                            | Cukup              | -        | -            |
|                                                                                            | Puas               | 1        | 14.3%        |
|                                                                                            | Kurang Puas        | -        | -            |
| Materi dapat diterapkan dalam pekerjaan                                                    | <b>Sangat Puas</b> | <b>6</b> | <b>85.7%</b> |
|                                                                                            | Puas               | -        | -            |
|                                                                                            | Cukup              | 1        | 14.3         |
|                                                                                            | Puas               | -        | -            |
|                                                                                            | Kurang Puas        | -        | -            |
| Efektivitas dalam pemanfaatan waktu                                                        | <b>Sangat Puas</b> | <b>4</b> | <b>57.1</b>  |
|                                                                                            | Puas               | 2        | 28.6         |
|                                                                                            | Cukup              | 1        | 14.3         |
|                                                                                            | Puas               | -        | -            |
|                                                                                            | Kurang Puas        | -        | -            |
| Kesiapan pembicara                                                                         | <b>Sangat Puas</b> | <b>5</b> | <b>71.4</b>  |
|                                                                                            | Puas               | 2        | 28.6         |
|                                                                                            | Cukup              | -        | -            |
|                                                                                            | Puas               | -        | -            |
|                                                                                            | Kurang Puas        | -        | -            |
| Kelengkapan materi yang disampaikan pembicara                                              | <b>Sangat Puas</b> | <b>6</b> | <b>85.7</b>  |
|                                                                                            | Puas               | 1        | 14.3         |
|                                                                                            | Cukup              | -        | -            |
|                                                                                            | Puas               | -        | -            |
|                                                                                            | Kurang Puas        | -        | -            |
| Cara penyampaian materi pembicara (memberikan materi secara sistematis dan mudah dipahami) | <b>Sangat Puas</b> | <b>4</b> | <b>57.1</b>  |
|                                                                                            | Puas               | 3        | 42.9         |
|                                                                                            | Cukup              | -        | -            |
|                                                                                            | Puas               | -        | -            |
|                                                                                            | Kurang Puas        | -        | -            |
| Kualitas pelatihan secara keseluruhan                                                      | <b>Sangat Puas</b> | <b>5</b> | <b>71.4</b>  |
|                                                                                            | Puas               | 2        | 28.6         |
|                                                                                            | Cukup              | -        | -            |
|                                                                                            | Puas               | -        | -            |

|            |             |   |      |
|------------|-------------|---|------|
|            | Kurang Puas | - | -    |
| Total Skor |             | 7 | 100% |

Keterangan: Skor yang ditebalkan merupakan kelompok dengan porsi yang paling besar

Berdasarkan hasil evaluasi reaksi, partisipan secara umum memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap hampir seluruh aspek pelatihan. Ini mencerminkan bahwa materi pelatihan relevan dan berkualitas. Pemateri dipandang kompeten dan siap dalam menyampaikan materi. Mayoritas peserta merasa bahwa materi dapat diterapkan dan bermanfaat dalam pekerjaan mereka. Namun, terdapat indikasi bahwa dalam hal efektivitas waktu, ada ruang untuk perbaikan karena 14,3% peserta merasa waktunya “cukup”.

Tabel 11. Hasil Evaluasi Pembelajaran

| Nama | Pretest | Posttest | Gain |
|------|---------|----------|------|
| E1   | 8 / 10  | 5 / 10   | -4   |
| E2   | 4 / 10  | 4 / 10   | 0    |
| E3   | 9 / 10  | 6 / 10   | -3   |
| E4   | 6 / 10  | 5 / 10   | -1   |
| E5   | 5 / 10  | 3 / 10   | -2   |
| E6   | 4 / 10  | 4 / 10   | 0    |
| E7   | 4 / 10  | 6 / 10   | +2   |

Berdasarkan data hasil evaluasi pembelajaran, terlihat bahwa sebagian besar partisipan mengalami penurunan skor setelah pelatihan, sementara hanya satu partisipan menunjukkan peningkatan skor. Penurunan nilai *gain* yang cukup signifikan pada beberapa partisipan (misalnya -4, -3, -2) dapat dipahami dalam konteks pelatihan

yang dilakukan dalam durasi satu hari penuh. Pelatihan yang intensif dan panjang dalam satu hari tanpa jeda yang cukup berpotensi menyebabkan kelelahan mental dan fisik pada peserta. Kondisi ini dapat memengaruhi konsentrasi dan daya serap peserta terhadap materi yang diberikan, sehingga berkontribusi pada penurunan performa pada *posttest*. Kelelahan ini juga mungkin menimbulkan stres dan menurunkan motivasi peserta untuk fokus secara optimal selama sesi evaluasi akhir.

Tabel 12. Hasil Evaluasi Perubahan Perilaku

| Aspek                                                   | Reaksi                       | N | %     |
|---------------------------------------------------------|------------------------------|---|-------|
| Penerapan <i>Action Plan</i>                            | <b>Sepenuhnya dijalankan</b> | 3 | 42.9% |
|                                                         | Sebagian                     | 4 | 57.1% |
|                                                         | Tidak lagi dijalankan        | - | -     |
| Frekuensi Penerapan <i>Action Plan</i>                  | <b>Setiap hari</b>           | 5 | 71.4% |
|                                                         | Kadang-kadang                | 2 | 28.6% |
|                                                         | Tidak pernah                 | - | -     |
| Percaya diri menghadapi calon pelanggan                 | <b>Lebih baik</b>            | 7 | 100%  |
|                                                         | Sama saja                    | - | -     |
|                                                         | Lebih buruk                  | - | -     |
| Konsisten melakukan prospek penjualan setiap minggu     | <b>Lebih baik</b>            | 6 | 85.7% |
|                                                         | Sama saja                    | - | -     |
|                                                         | Lebih buruk                  | 1 | 14.3% |
| Mampu mengatasi penolakan tanpa menyerah                | <b>Lebih baik</b>            | 7 | 100%  |
|                                                         | Sama saja                    | - | -     |
|                                                         | Lebih buruk                  | - | -     |
| Lebih yakin bisa mencapai target pribadi saya           | <b>Lebih baik</b>            | 6 | 85.7% |
|                                                         | Sama saja                    | - | -     |
|                                                         | Lebih buruk                  | 1 | 14.3  |
| Lebih sering menginisiasi komunikasi ke calon pelanggan | <b>Lebih baik</b>            | 5 | 71.4% |
|                                                         | Sama saja                    | 2 | 28.6% |
|                                                         | Lebih buruk                  | - | -     |
| Lebih mampu mengatur                                    | <b>Lebih baik</b>            | 7 | 100%  |
|                                                         | Sama saja                    | - | -     |

| Aspek                | Reaksi      | N | %    |
|----------------------|-------------|---|------|
| waktu secara mandiri | Lebih buruk | - | -    |
| Total Skor           |             | 7 | 100% |

Keterangan: Skor yang ditebalkan merupakan kelompok dengan porsi yang paling besar

Berdasarkan hasil evaluasi perubahan perilaku yang dilakukan 6 bulan pasca program intervensi, ditemukan bahwa sebagian peserta masih menjalankan aktivitas *action plan self-efficacy* secara sepenuhnya (42.9%) dan sebagian yang lain hanya berjalan sebagian saja (57.1%). Selain itu, sebagian besar peserta masih berusaha menerapkan *action plan* hampir setiap hari (71.4%). Ketika diterapkan ke dalam pekerjaan, seluruh peserta menjadi lebih percaya diri ketika menghadapi calon pelanggan (100%), lebih mampu mengatasi penolakan tanpa menyerah (100%), dan lebih mampu mengatur waktu secara mandiri. Sementara itu, sebagian besar peserta menjadi lebih konsisten dalam melakukan prospek penjualan setiap minggu (85,7%), lebih yakin bisa mencapai target pribadi (85.7%), dan lebih sering menginisiasi komunikasi ke calon pelanggan (71.4%).

## DISKUSI

Dugan *et al.* (2019) menemukan bahwa salah satu anteseden penting, yaitu *self-efficacy*, dapat didorong oleh para manajer untuk dapat membantu mendorong pengembangan grit pada *salesperson* mereka. Oleh karena itu, program pelatihan

*self-efficacy* berbasis *action plan* ini dibuat untuk melihat apakah intervensi terkait dapat mendorong pengembangan grit terhadap *salesperson*. Program pelatihan *self-efficacy* yang dilakukan disusun berdasarkan empat sumber *self-efficacy*, yaitu *mastery experience*, *vicarious experience*, *verbal persuasion*, dan *somatic and emotional state* (Bandura, 1997).

Analisis awal dilakukan untuk mengetahui kondisi awal kedua kelompok sebelum pelaksanaan intervensi. Hasil uji Mann-Whitney U menunjukkan tidak terdapat perbedaan signifikan pada derajat grit antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol ( $p > 0,05$ ) (Tabel 3). Temuan ini mengindikasikan bahwa kedua kelompok berada pada titik awal yang setara sehingga layak untuk dibandingkan dalam menguji efektivitas program.

Setelah intervensi, perubahan skor grit pada kelompok kontrol dianalisis menggunakan uji Wilcoxon Signed-Rank. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada perubahan signifikan pada skor grit pada kelompok kontrol ( $p > 0,05$ ) (Tabel 9). Hasil ini menegaskan bahwa ketiadaan intervensi tidak memberikan dampak yang berarti terhadap perkembangan grit peserta.

Sebaliknya, kelompok eksperimen yang mengikuti pelatihan menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan skor grit pada sebagian besar peserta (Tabel 6). Namun, hasil uji Wilcoxon Signed-Rank juga menunjukkan bahwa peningkatan tersebut tidak signifikan secara statistik ( $p > 0,05$ )

(Tabel 7). Selanjutnya, perbandingan antara kelompok eksperimen dan kontrol pasca intervensi menggunakan uji Mann-Whitney U juga menunjukkan hasil yang serupa, yaitu tidak adanya perbedaan signifikan antara kedua kelompok ( $p > 0,05$ ), meskipun secara deskriptif skor grit kelompok eksperimen lebih tinggi (Tabel 5).

Hal ini mengindikasikan bahwa intervensi program pelatihan *self-efficacy* berbasis *action plan* belum menunjukkan pengaruh signifikan terhadap peningkatan grit pada kelompok eksperimen. Hasil ini memberikan hasil yang berbeda dari pilot studi yang dilakukan oleh Sigmundsson & Hauge (2024) untuk memeriksa efek dari intervensi daring selama 35-40 menit untuk meningkatkan keyakinan 'SAYA BISA' terhadap 38 mahasiswa di Norwegia. Hasil dari intervensi yang dilakukan Sigmundsson & Hauge (2024) menunjukkan bahwa ada peningkatan grit, *self-efficacy*, dan *well-being* pada partisipan yang diteliti, dan di antara semuanya, hanya grit menunjukkan peningkatan yang signifikan (Sigmundsson dan Hauge, 2023).

Wawancara secara mendalam dilakukan terhadap seluruh peserta kelompok eksperimen dengan tujuan utama untuk memahami apa yang sebenarnya terjadi selama pelaksanaan *action plan* yang dilakukan selama 2 minggu. Dari hasil wawancara, ditemukan beberapa faktor yang mungkin memengaruhi efektivitas intervensi.

Pertama, *mastery experience* yang kurang terbentuk pada peserta kemungkinan besar memainkan peran penting. *Mastery experience* merupakan salah satu sumber utama dalam pembentukan *self-efficacy* (Bandura, 1997). Pengalaman keberhasilan yang berulang akan memperkuat keyakinan individu terhadap kemampuannya, sedangkan kegagalan yang terjadi secara konsisten, terutama pada tahap awal upaya, dapat melemahkan *self-efficacy* secara signifikan (Bandura, 1997). Selama pelaksanaan *action plan*, ditemukan bahwa peserta mengalami kegagalan yang berulang yang nampak dari penolakan pelanggan saat melakukan prospek penjualan serta tidak mendapatkan keberhasilan saat melakukan penjualan produk sehingga menyebabkan *mastery experience* sulit terbentuk.

Temuan ini memperkuat analisis bahwa terbentuknya *mastery experience* merupakan fondasi utama yang perlu diperhatikan dalam intervensi berbasis *self-efficacy*. Pengalaman keberhasilan yang berulang tidak hanya berfungsi sebagai bukti kemampuan diri, tetapi juga menjadi pemicu penting dalam memperkuat keyakinan diri dalam menghadapi tantangan. *Mastery experience* akan lebih mudah terbentuk apabila individu memiliki cukup waktu untuk mengalami keberhasilan secara bertahap. Jika durasi pelatihan terlalu singkat dan target pencapaian terlalu berat

di awal, maka peserta cenderung mengalami kegagalan yang justru melemahkan *self-efficacy* mereka.

Kedua, ketidakhadiran model yang dapat diamati oleh peserta menjadikan *vicarious experience* sulit terbentuk. Pada pelaksanaan pelatihan maupun *action plan*, peserta diarahkan untuk dapat mengamati rekan kerja mereka yang mendapatkan keberhasilan serta berdiskusi dengan orang tersebut agar mendapatkan ilmu yang dapat diduplikasi. Meskipun begitu, peserta mengungkapkan bahwa mereka tidak menemukan figur semacam itu di lingkungan mereka dikarenakan rekan kerja mereka berada dalam kondisi yang sama dengan mereka. Menurut Bandura (1986) jika tidak ada panutan yang kompeten, individu memiliki lebih sedikit kesempatan untuk mempelajari strategi yang efektif dan mengembangkan keyakinan diri melalui pembelajaran observasi.

Temuan ini menunjukkan bahwa ketiadaan figur model yang relevan dan dapat diamati menjadi salah satu hambatan dalam proses internalisasi *self-efficacy*. Dalam konteks intervensi ini, *vicarious experience*, yakni pembelajaran melalui pengamatan terhadap keberhasilan orang lain, tidak dapat berfungsi secara optimal karena peserta tidak menemukan sosok yang dianggap berhasil dan relevan untuk dijadikan panutan. Padahal, menurut Bandura (1986), kehadiran model yang

kompeten dan serupa secara situasional sangat penting dalam meningkatkan keyakinan diri seseorang, karena memungkinkan individu untuk mempelajari strategi yang efektif dan mengadaptasinya dalam konteks pribadi.

Ketiga, faktor lain yang juga berpotensi menghambat efektivitas intervensi adalah ketiadaan figur yang dapat memberikan persuasi verbal atau dukungan sosial yang positif. Berdasarkan teori *self-efficacy* Bandura (1997) persuasi verbal, yakni dorongan atau keyakinan yang diberikan oleh orang lain yang dipercaya, berperan penting dalam membangun keyakinan diri seseorang. Jika peserta tidak memiliki seseorang yang memberikan dukungan bahwa mereka mampu menghadapi tantangan pekerjaan mereka, maka efek dari intervensi bisa menjadi lemah atau bahkan tidak berdampak sama sekali.

Temuan ini memperkuat analisis bahwa kehadiran figur yang dapat memberikan persuasi verbal merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam intervensi berbasis *self-efficacy*. Persuasi verbal akan berhasil dengan baik apabila orang yang memberikan persuasi mampu mendiagnosis kekuatan dan kelemahan orang yang akan ditingkatkan *self-efficacy*-nya, serta mengetahui pengetahuan atau keterampilan yang dapat

mengaktualisasikan potensi orang tersebut (Bandura, 1997 dalam Made, 2012).

Keempat, kondisi emosional peserta selama program pelatihan dan selama melakukan penerapan *action plan* kemungkinan besar memainkan peran penting. Kondisi finansial yang tidak stabil dan persoalan keluarga pada peserta selama program intervensi menjadikan hambatan pada peserta dalam mengaplikasikan program kegiatan secara maksimal. Dalam konteks pengembangan *self-efficacy*, menurut Bandura (1997) kondisi afektif atau emosional individu sangat berpengaruh terhadap persepsi individu terhadap *self-efficacy*-nya. Individu yang berada dalam keadaan stres atau tertekan cenderung lebih mudah meragukan kemampuannya untuk berhasil menyelesaikan tugas yang menantang, termasuk dalam menerapkan *action plan* yang telah disusun.

Temuan ini memperkuat analisis bahwa ketidaksiapan emosional merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam intervensi berbasis *self-efficacy*, terutama jika targetnya adalah perubahan perilaku jangka panjang seperti penguatan grit (Duckworth et al., 2007). Lebih lanjut, temuan Dam, Perera, dan Jones (2018) mendukung pemahaman ini dengan menunjukkan bahwa individu dengan tingkat grit yang tinggi cenderung memiliki tingkat kelelahan yang lebih rendah dan kesejahteraan psikologis yang lebih baik.

Penelitian tersebut menekankan bahwa kemampuan regulasi emosi menjadi fondasi penting dalam mempertahankan ketekunan dan semangat jangka panjang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan grit bergantung pada kapasitas individu dalam mengelola tekanan emosional sehari-hari.

Kelima, faktor lain yang juga berpotensi menghambat efektivitas intervensi adalah kemampuan peserta dalam mengimplementasikan program pelatihan ke dalam kehidupan nyata. Berdasarkan hasil wawancara dengan peserta, sesi pelatihan yang diberikan hanya satu kali dirasa belum cukup untuk membangun pemahaman, keyakinan diri, dan kegigihan yang kuat. Peserta menyatakan bahwa perlunya penguatan ulang melalui sesi tambahan agar materi dapat lebih melekat dan dapat diimplementasikan secara lebih efektif dalam kehidupan nyata.

Pentingnya durasi atau frekuensi program intervensi, selain dilihat dari segi kualitatif, nampak juga pada hasil kuantitatif. Hal ini didukung oleh hasil evaluasi pembelajaran (level 2) yang menunjukkan bahwa sebagian peserta mengalami penurunan skor atau tidak menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman materi pelatihan (Tabel 11). Evaluasi ini mengindikasikan bahwa peserta belum sepenuhnya menyerap atau memahami isi intervensi, termasuk bagaimana strategi *action plan* yang disusun

dapat diaplikasikan untuk meningkatkan grit melalui penguatan *self-efficacy*. Indikasi belum terserapnya isi dan maksud intervensi dari peserta, merupakan indikasi kurangnya sesi penguatan yang dapat menguatkan pemahaman pada peserta. Pemahaman yang dangkal dapat menjadikan pelatihan hanya sebagai proses formalitas, bukan sebagai pembelajaran bermakna. Akibatnya, meskipun peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, mereka tidak mengalami perubahan sikap atau keyakinan diri yang mendalam, yang seharusnya menjadi fondasi utama dalam pengembangan grit.

Temuan ini mengindikasikan pentingnya penyesuaian intervensi, khususnya dengan menambahkan sesi penguatan dan pengulangan materi, agar pemahaman peserta terhadap konsep grit dan *self-efficacy* dapat lebih kokoh dan mudah diterapkan dalam konteks nyata. Selain untuk mengokohkan pemahaman, sesi penguatan juga diperlukan untuk mempertahankan semangat peserta untuk menerapkan tindakan yang telah dipelajari. Walsh, Krusmark, Jastremski, Hansen, Honn, & Gunzelmann (2023) menyatakan bahwa akuisisi dan retensi pengetahuan dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk jumlah praktik, waktu yang telah berlalu sejak praktik dilakukan, dan distribusi temporal praktik. Kurangnya repetisi sesi pada intervensi ini kemungkinan besar mempengaruhi efektivitas program.



17 Fauziah, D., Riasnugrahani, M., & Kuntari, I. S. R. (2025). Efektivitas program pelatihan efikasi diri berbasis rencana tindakan terhadap peningkatan grit tenaga penjualan dalam bisnis penjualan berjenjang. *INQUIRY: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 16(2), 1–22

Selain itu, jumlah peserta yang relatif kecil, juga dapat berdampak pada kekuatan statistik yang rendah dan meningkatkan risiko terjadinya *type II error*, di mana efek yang sebenarnya ada menjadi tidak terdeteksi secara statistik. Selain itu, keterbatasan jumlah peserta juga membatasi generalisasi temuan ke populasi yang lebih luas.

Meskipun hasil statistik menunjukkan tidak adanya peningkatan signifikan, temuan dari evaluasi perilaku enam bulan setelah intervensi memberikan indikasi positif (Tabel 12). Seluruh peserta mengungkapkan adanya peningkatan performa di dalam pekerjaan mereka seperti menjadi lebih percaya diri ketika menghadapi calon pelanggan, lebih mampu mengatasi penolakan tanpa menyerah, dan lebih mampu mengatur waktu secara mandiri. Hal ini mengindikasikan bahwa program pelatihan *self-efficacy* berbasis *action plan* yang dilakukan memiliki potensi, namun perlu diperkuat dalam desain dan pelaksanaannya untuk menghasilkan dampak yang lebih signifikan terhadap pengembangan grit pada *salesperson multilevel marketing*. Selain itu, hasil evaluasi perilaku yang positif juga mengindikasikan bahwa pelatihan yang hanya dilakukan selama 2 minggu, mungkin tidak dapat memberikan dampak secara langsung. Hal ini sejalan dengan Duckworth (2016) yang menekankan bahwa grit bukanlah

suatu atribut yang statis, melainkan kualitas yang dapat berkembang seiring waktu terutama melalui pengalaman dan pelatihan yang konsisten.

Implikasi dari temuan ini terbagi dalam tiga ranah utama. Pertama, bagi penelitian, perlu dilakukan studi lanjutan dengan memperpanjang durasi intervensi serta mempertimbangkan variabel moderator (misalnya seperti *growth mindset*). Kedua, bagi program pelatihan, revisi kurikulum pelatihan menjadi penting, termasuk penambahan sesi praktik terstruktur, supervisi berkala, dan dukungan mentor untuk memastikan penerapan hasil pembelajaran di lapangan. Penguatan komponen *action plan* juga diperlukan agar transfer keterampilan dapat lebih terjaga. Ketiga, dari sisi kebijakan perusahaan, hasil ini menekankan perlunya pendekatan berkelanjutan dalam pengembangan sumber daya manusia. Pelatihan tidak cukup dilakukan sebagai kegiatan tunggal, tetapi harus diintegrasikan dalam strategi pengembangan kompetensi jangka panjang dengan dukungan sumber daya, waktu, dan mekanisme *monitoring* yang memadai.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pendekatan model *sequential explanatory designs*, penelitian yang mengkombinasikan antara pendekatan kuantitatif dengan kualitatif (*mixed method*),

diperoleh kesimpulan sebagaimana berikut ini:

1. Tidak terdapat perbedaan signifikan antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol sebelum pemberian intervensi, sehingga kedua kelompok dapat dibandingkan secara adil dalam menguji efektivitas program.
2. Kelompok kontrol yang tidak menerima intervensi tidak menunjukkan perubahan signifikan dalam skor grit, yang menandakan bahwa tanpa perlakuan, grit tidak mengalami perkembangan berarti dalam periode yang diamati.
3. Meskipun secara deskriptif mayoritas peserta kelompok eksperimen mengalami peningkatan skor grit, hasil pengujian statistik tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa program pelatihan belum secara meyakinkan meningkatkan grit secara statistik.
4. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol setelah pemberian intervensi. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi yang diberikan belum mampu menghasilkan perbedaan skor grit yang signifikan.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan *self-efficacy* berbasis *action plan* yang diberikan kepada *salesperson multilevel marketing* tidak menghasilkan peningkatan grit yang signifikan. Temuan ini berbeda dari mayoritas penelitian terdahulu yang menemukan hubungan positif yang signifikan antara *self-efficacy* dan grit (Fabelico & Afalla, 2020; Putri, Pismawenzi, & Ardias, 2021; Dobbins, 2006; Han, 2021). Meskipun begitu, penelitian ini berkontribusi dengan mengisi ruang kosong pada kajian empiris yang menguji variabel *self-efficacy* dan grit. Selama ini, mayoritas studi hanya meneliti hubungan alami tanpa intervensi langsung, sehingga tidak diketahui secara pasti apakah peningkatan *self-efficacy* melalui pelatihan dapat memicu peningkatan grit.
6. Temuan penelitian ini memperkaya teori hubungan *self-efficacy* dan grit dengan menunjukkan bahwa peningkatan *self-efficacy* melalui pelatihan jangka pendek tidak selalu menghasilkan peningkatan grit yang signifikan. Secara metodologis, penelitian ini memberikan gambaran tantangan implementasi intervensi di konteks kerja nyata,

7. termasuk *attrition* dan kendala eksternal, untuk menjadi acuan bagi perancangan pelatihan selanjutnya. Secara praktis, hasil penelitian memberi masukan bagi perusahaan *multilevel marketing* bahwa pelatihan *self-efficacy* perlu diintegrasikan dalam program pengembangan berkelanjutan dengan dukungan pasca-pelatihan dan lingkungan kerja yang kondusif agar dapat berdampak signifikan pada ketahanan dan kinerja *salesperson*.
8. Beberapa faktor yang diduga memengaruhi hasil yang tidak signifikan antara lain berkaitan dengan kondisi lingkungan sosial peserta. Minimnya kehadiran figur yang mampu memberikan dukungan verbal serta ketiadaan model peran yang dapat diamati menghambat proses pembentukan *self-efficacy* secara optimal. Kondisi emosional peserta perlu dipertimbangkan dimana kondisi emosional peserta yang menekan perlu diminimalisir terlebih dahulu sehingga peserta berada dalam kondisi yang optimal dalam melaksanakan kegiatan intervensi. Durasi intervensi yang relatif singkat membuat peserta tidak memiliki cukup waktu untuk mengalami dan menginternalisasi pengalaman keberhasilan secara berulang. Selain itu ukuran sampel

yang terbatas juga memengaruhi hasil dari penelitian ini.

## SARAN

Berdasarkan simpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk pengembangan program maupun penelitian selanjutnya adalah sebagaimana berikut ini:

1. Disarankan agar penelitian selanjutnya mempertimbangkan penguatan aspek lingkungan sosial peserta dalam perancangan intervensi. Keberadaan figur yang dapat memberikan dukungan verbal serta model peran yang relevan dan kredibel terbukti penting dalam proses pembentukan *self-efficacy*. Oleh karena itu, pelatihan sebaiknya melibatkan mentor, *coach*, atau figur inspiratif yang memiliki kesamaan pengalaman dengan peserta dan mampu menjadi sumber motivasi yang bermakna.
2. Untuk memperkuat pemahaman dan meningkatkan retensi materi, disarankan agar pelatihan dilengkapi dengan sesi penguatan selama pelaksanaan *action plan*. Sesi ini dapat berisi pengulangan konsep inti, diskusi reflektif, ataupun evaluasi terhadap progres peserta dalam menjalankan *action plan*. Dengan demikian, peserta akan memiliki kesempatan untuk memperdalam pemahaman, memperbaiki implementasi, serta

mengintegrasikan nilai-nilai *self-efficacy* dan grit secara lebih bermakna dalam kehidupan kerja mereka. Selain itu, disarankan agar durasi *action plan* juga diperpanjang, sehingga peserta memiliki waktu yang lebih memadai untuk memperoleh pengalaman keberhasilan yang berulang dan membentuk *mastery experience* secara bertahap.

3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan rancangan intervensi yang lebih mendalam terhadap kondisi emosional peserta, misalnya seperti pemberian konseling pribadi, sehingga peserta berada dalam kondisi emosional yang optimal dalam melaksanakan kegiatan intervensi.
4. *Action plan* sebaiknya disusun secara mandiri oleh peserta agar selaras dengan kebutuhan, kondisi kerja, serta target personal masing-masing individu. Partisipasi aktif dalam menyusun rencana tindakan akan meningkatkan rasa kepemilikan, motivasi, dan kemungkinan implementasi yang lebih konsisten. Selain itu, format *logbook* yang digunakan dalam fase *action plan* sebaiknya dikembangkan agar tidak hanya mencatat tanggal dan jenis

kegiatan, tetapi juga mencakup elemen-elemen seperti hasil pencapaian, tantangan yang dihadapi, perasaan saat melaksanakan tindakan, dan refleksi pribadi. Hal ini penting untuk membantu peserta memahami proses belajar dan menginternalisasi nilai dari setiap aktivitas yang mereka lakukan.

5. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan program pelatihan yang lebih efektif di lingkungan kerja, khususnya di industri pemasaran.
6. Selain itu, disarankan agar organisasi dapat menyediakan lingkungan kerja yang lebih mendukung bagi pengembangan psikologis *salesperson*, khususnya dalam hal pembentukan *self-efficacy*. Organisasi dapat menghadirkan figur-figur yang kredibel dan relevan, seperti mentor atau rekan senior yang dapat memberikan dukungan verbal yang bermakna serta menjadi model peran yang dapat diamati dalam menghadapi tantangan kerja sehari-hari. Kehadiran figur ini penting untuk membangun keyakinan diri melalui mekanisme *vicarious experience* dan

*verbal persuasion*. Organisasi juga disarankan untuk dapat menyediakan lingkungan belajar yang optimal bagi *salesperson* agar *salesperson* dapat meningkatkan

keterampilan mereka yang dapat menjadi fondasi untuk mengalami pengalaman keberhasilan yang berulang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control (Fifth Print)*. W. H. Freeman & Company.
- Cummings, T. G., & Worley, C. G. (2009). *Organization development & change*. Cengage Learning.
- Dam, A., Perera, T., Jones, M. P., Haughey, M., & Gaeta, T. J. (2018). The relationship between grit, burnout, and well-being in emergency medicine residents. *AEM Education and Training*, 3(1), 14–19.
- Datu, J. A. D., Yuen, M., & Chen, G. (2016). Grit and determination: a review of literature with implications for theory and research. *Journal of Psychologists and Counsellors in Schools*, 27(2), 168–176. <https://doi.org/10.1017/jgc.2016.2>
- Datu, J. A. D., Yuen, M., & Chen, G. (2017). Development and validation of the Triarchic Model of Grit Scale (TMGS): Evidence from Filipino undergraduate students. *Personality and Individual Differences*, 114, 198–205. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.012>
- Direct Selling Association. (1 Juli 2022). Direct selling in the united states 2018 industry overview. *Citing internet sources URL* [https://www.dsa.org/docs/default-](https://www.dsa.org/docs/default-source/action-alerts/2018industryoverview-06032019.pdf?sfvrsn=9709c0a5_0%27)
- source/action-alerts/2018industryoverview-06032019.pdf?sfvrsn=9709c0a5\_0%27
- Dobbins, D. (2006). Teacher effectiveness: Examining the relationship between teacher grit and teacher self-efficacy. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952, 2013–2015.
- Duckworth, A. (2016). *Grit: The power of passion and perseverance*. Scribner
- 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>
- Dugan, R., Hochstein, B., Rouziou, M., & Britton, B. (2019). Gritting their teeth to close the sale: the positive effect of salesperson grit on job satisfaction and performance. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 39(1), 81–101. <https://doi.org/10.1080/08853134.2018.1489726>
- Fabelico, F. L., & Afalla, B. T. (2020). Perseverance and passion in the teaching profession: Teachers' grit, self-efficacy, burnout, and performance. *Journal of Critical Reviews*, 7(11), 108–119. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.11.17>
- Febriawan, I. M., & Maulina, D. (2020). Development of the Employee Grit (E-Grit) measurement: Dimensionality, convergent

- validity, and reliability. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 494.
- Han, Z. (2021). Exploring the conceptual constructs of learners' goal commitment, grit, and self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.783400>
- Hwang, M.-H., & Nam, J. K. (2021). Enhancing grit: Possibility and intervention strategies. *Multidisciplinary Perspectives on Grit: Contemporary Theories, Assessments, Applications and Critiques*, 77–93.
- Lewokeda, A. (1 Juli 2022). *Citing internet sources* URL <https://kupang.antaranews.com/berita/92181/apli-bisnis-mlm-berkontribusi-besar-bagi-perekonomian-indonesia>
- Made, R. I. (2012). Efikasi diri: Tinjauan teori Albert Bandura. *Buletin Psikologi*, 20(1), 18–25
- Matthews, L. M., & Edmondson, D. R. (2019). How to overcome emotional exhaustion in sales settings, 364–366.
- Novrianto, R., Kargenti, A., Marettih, E. (2019). Validitas konstruk instrumen *general self efficacy scale* versi indonesia. *Jurnal Psikologi*, 15. <https://doi.org/10.24014/jp.v14i2.6943>
- Putri, R., Pismawenzi., & Ardias, W. S. (2021). Pengaruh *self efficacy* dan *self compassion* terhadap grit pada komunitas kepul. *Jurnal Psikologi Islam Al-Qalb*, 12(2), 209–225
- Rangarajan, D., Peasley, M., Paesbrugge, B., Srivastava, R. V., & Stewart, G. T. (2021). The impact of adverse life events on salesperson relationships with customers. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 36(12), 2126–2138. <https://doi.org/10.1108/JBIM-05-2019-0274>
- Rodriguez, M., Boyer, S., Fleming, D., & Cohen, S. (2019). managing the next generation of sales, gen z/millennial cusp: an exploration of grit, entrepreneurship, and loyalty. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 26(1), 43–55. <https://doi.org/10.1080/1051712X.2019.1565136>
- Sigmundsson, H., & Hauge, H. (2024). I CAN Intervention to increase grit and self-efficacy: A pilot study. *Brain Sciences*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/brainsci14010033>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Walsh, M. M., Krusmark, M. A., Jastremski, T., Hansen, D. A., Honn, K. A., & Gunzelmann, G. (2023). Enhancing learning and retention through the distribution of practice repetitions across multiple sessions. *Memory and Cognition*, 51(2), 455–472. <https://doi.org/10.3758/s13421-022-01361-8>
- Wotruba, T., Brodie, S., & Stanworth, J. (2005). Differences in turnover predictors between multilevel and single level direct selling organizations. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 15(1), 91–110. <https://doi.org/10.1080/0959396042000299148>