

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Dunia saat ini sedang dilanda pandemi global yaitu pandemi COVID-19, pandemi ini sudah menjadi topik terhangat semenjak akhir tahun 2019 serta sudah menjadi pandemi global semenjak diberitakan oleh Organisasi Kesehatan Dunia WHO (*World Health Organization*) pada 11 Maret 2020. WHO pun telah menyatakan darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional, COVID-19 merupakan virus yang menyebabkan beberapa gangguan pada sistem pernafasan manusia, infeksi paru-paru yang berat hingga menimbulkan kematian. COVID-19 ini muncul pertama kali di Wuhan, Cina pada akhir tahun 2019 dan kemudian menyebar tidak terkendali ke seluruh penjuru dunia (*World Health Organization*, 2020).

Pandemi COVID-19 ini telah menjadi teror yang sangat mengerikan bagi masyarakat dunia, terutama setelah merenggut nyawa banyak orang. Kejadian munculnya COVID-19 ini telah melumpuhkan aktivitas semua kalangan masyarakat yang dilakukan di luar rumah. Penularan virus COVID-19 ini terjadi begitu cepat hingga sampai ke negara Indonesia. Kasus COVID-19 di Indonesia pertama kali muncul pada tanggal 2 Maret 2020 dan sampai 18 Oktober 2020 diduga berawal dari salah satu Warga Negara Indonesia (WNI) yang melakukan kontak langsung dengan Warga Negara Asing (WNA) yang berasal dari Jerman. Beberapa dampak yang ditimbulkan oleh COVID-19 ini adalah seperti kondisi ekonomi yang menurun, meningkatnya kriminalitas, meningkatnya kasus

kekerasan dalam rumah tangga serta melonjaknya angka pengangguran (Hanoatubun, 2020).

COVID-19 ini terus menerus menyebar luas dan semakin memperpanjang kecemasan masyarakat Indonesia terutama dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini disebabkan karena sebagian besar masyarakat banyak yang tidak bekerja dan berdagang. Di Indonesia sendiri hampir seluruh sektor terdampak akibat pandemi COVID-19 ini salah satunya adalah sektor ekonomi seperti industri *network marketing* atau yang sering kita kenal sebagai *multi level marketing* (MLM).

Menurut Purnomo (2020) *multi level marketing* (yang selanjutnya akan disingkat MLM) adalah salah satu dari berbagai cara yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan untuk memasarkan atau mendistribusikan produknya. MLM merupakan salah satu sistem pemasaran yang menjual produknya secara langsung (*direct selling*) yang dilakukan melalui banyak *level* (tingkatan), yang biasa dikenal sebagai *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah), dimana seseorang bisa dikatakan *upline* apabila sudah memiliki *downline*. Keberhasilan suatu perusahaan MLM sangat bergantung pada tenaga penjualnya. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan tenaga penjualnya yaitu distributor yang berfungsi sebagai penyambung (*mediator*) antara perusahaan dengan pelanggan.

Salah satu MLM yang masih bertahan di Indonesia yaitu Tiens Syariah, menurut Maharani (2020) Tiens Syariah merupakan bisnis MLM yang berasal dari negara Cina, Tiens Syariah didirikan pada tahun 1995 oleh Li Jin Yuan di Tianjin Cina. Pada tahun 1997 Tiens Syariah mulai melebarkan sayap bisnisnya di pasar

internasional, dan sekarang Tiens Syariah telah menjadi grup multinasional yang mencakup bioteknologi, manajemen kesehatan, hotel, dan *tourism*, pendidikan dan penelitian, *e-commerce*, keuangan dan investasi, modal industri, modal komersial, dan modal keuangan. Tiens Syariah pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 2000 dan diresmikan langsung oleh Megawati selaku presiden pada tahun tersebut. Di Indonesia sendiri Tiens Syariah fokus memasarkan produk kesehatan secara langsung (*direct selling*).

Dikarenakan penjualannya menggunakan sistem *direct selling* atau penjualan langsung maka distributor sangat berperan penting dalam hal ini. Menurut Suhendri, Susanti, dan Pratiwi (2020) mendefinisikan distributor sebagai pihak yang membeli secara langsung dari produsen dan kemudian menjualnya kembali ke *reseller* atau bisa juga menjual langsung ke konsumen akhir (*end user*). Artinya distributor ini merupakan suatu badan usaha atau perorangan yang bertanggung jawab untuk mendistribusikan atau menyalurkan produk perdagangan, baik itu barang maupun jasa ke *reseller* ataupun konsumen akhir. Dalam hal ini distributor hanya mengambil sebuah produk yang sudah jadi dan siap untuk didistribusikan atau digunakan tanpa perlu memodifikasinya. Dalam perdagangan MLM distributor merupakan rantai pertama setelah produsen.

Pandemi COVID-19 ini tentunya berpengaruh besar terhadap proses kinerja distributor Tiens Syariah baik proses *selling* maupun *recruiting*. Pada awalnya proses *selling* dan *recruiting* dilakukan oleh distributor secara *offline*, namun di masa pandemi ini dikarenakan adanya peraturan pemerintah seperti pembatasan sosial berskala besar (PSBB), *social distancing*, *physical distancing*, dan *work for*

home (WFH), hampir semua aktivitas distributor seperti *selling* dan *recruiting* harus beralih ke cara *online*. Sehingga hal tersebut dapat berpengaruh terhadap proses penyesuaian diri serta *psychological well-being* atau kesejahteraan psikologis para distributor MLM Tiens Syariah ketika belum mampu beradaptasi dengan kondisi pandemi saat ini dan tidak puas atas pencapaiannya.

Psychological well-being setiap individu pun dapat terganggu akibat dari pandemi COVID-19 ini, termasuk kesejahteraan psikologis distributor MLM Tiens Syariah di Kabupaten Karawang. Menurut Ryff (1995) *psychological well-being* adalah pencapaian potensi psikologis secara penuh dan suatu keadaan dimana individu dapat menerima dirinya, memiliki tujuan hidup, mampu mengembangkan hubungan sosial yang positif, mandiri, mampu mengendalikan lingkungan dan terus bertumbuh secara personal. Menurut Ryff (2014) menjelaskan *psychological well-being* merupakan suatu kondisi yang menjadikan individu dapat mengenali dan memiliki semua potensi yang khas pada dirinya. Sikap inilah yang kemudian akan menggerakkan individu untuk mencapai kepuasan dalam hidupnya. Ketika individu mampu merasakan kepuasan hidup maka kesejahteraan psikologis sudah terpenuhi dan akan otomatis menjadikan keadaan mentalnya dikatakan kedalam kategori sehat.

Di dalam *psychological well-being* sendiri terdapat enam dimensi sebagai indikator pencapaian kesejahteraan psikologis seseorang. Menurut Ryff (2014) enam dimensi itu adalah kemandirian (*autonomy*), penguasaan lingkungan (*enviromental mastery*), pengembangan diri (*personal growth*), relasi yang positif dengan orang lain (*positive relation with others*), tujuan hidup (*purpose in life*), dan

penerimaan diri (*self-acceptance*). Setiap individu tentu saja memiliki pencapaian dimensi *psychological well-being* yang berbeda dengan individu yang lainnya. Dalam penelitian ini *psychological well-being* yang dimaksud adalah kesejahteraan psikologis para distributor *multi level marketing* Tiens Syariah di Kabupaten Karawang yang menjalankan bisnisnya di masa pandemi COVID-19.

Salah satu faktor yang mempengaruhi *psychological well-being* adalah *self-efficacy* dan *social support*. Menurut Bandura (dalam Feist, J., G, 2010) *self-efficacy* didefinisikan sebagai keyakinan seseorang dalam kemampuan untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap keberfungsian orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan. Bandura beranggapan bahwa keyakinan atas *self-efficacy* seseorang adalah landasan dari agen manusia. Manusia yang yakin bahwa mereka dapat melakukan sesuatu yang mempunyai potensi untuk dapat mengubah kejadian di lingkungannya, akan lebih mungkin untuk bertindak dan lebih mungkin untuk menjadi sukses dari pada manusia yang memiliki *self-efficacy* yang rendah.

Self-efficacy bukan merupakan ekspektasi dari hasil tindakan kita. Bandura membedakan antara ekspektasi mengenai efikasi dan ekspektasi mengenai hasil. *Self-efficacy* merujuk pada keyakinan diri seseorang bahwa orang tersebut memiliki kemampuan untuk melakukan suatu perilaku, sementara ekspektasi atas hasil pada merujuk prediksi dari kemungkinan mengenai konsekuensi perilaku tersebut. Hal ini tidak boleh digabungkan dengan keberhasilan dalam melakukan perilaku tersebut, hasil merujuk pada konsekuensi perilaku, bukan penyelesaian tindakan tersebut.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siddiquie (2015) untuk mempelajari dampak *self-efficacy* terhadap *psychological well-being* menunjukkan bahwa, ada pengaruh yang positif dan signifikan bahwa meningkatnya *self-efficacy* akan meningkatkan *psychological well-being*, begitupun sebaliknya *self-efficacy* yang rendah dapat menurunkan *psychological well-being*. Kemudian dalam penelitian Pambajeng dan Siswati (2017) menjelaskan bahwa ada pengaruh positif antara *self-efficacy* dan *psychological well-being* pada guru bersertifikasi di SMA Negeri Kabupaten Pati. Semakin tinggi *self-efficacy*, maka semakin tinggi pula *psychological well-being* pada guru bersertifikasi.

Berdasarkan hasil wawancara bersama *leader* MLM Tiens Syariah, pada masa pandemi ini *self-efficacy* setiap distributor khususnya *member* dengan peringkat Bintang 4, Bintang 5, Bintang 6, Bintang 7, dan Bintang 8 mengalami penurunan karena aset bisnis peringkat tersebut belum kuat dan stabil ditambah dengan fenomena pandemi COVID-19 ini yang menyebabkan tingkat *selling* dan *recruiting* menurun.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara bersama para distributor Tiens Syariah, perusahaan Tiens Syariah memiliki *support system* untuk membantu pengembangan diri para distributor nya yang diberi nama *one vision*. *One vision* adalah organisasi pendukung yang menyediakan sistem dan strategi untuk membangun aset dengan metode yang sederhana dan mudah di duplikasi. Terdapat 7 langkah sukses, 7 kebiasaan sukses dan 3 prinsip dasar dalam *one vision*. 7 Langkah Sukses itu sendiri diantaranya : (1) Impian dan sikap, (2) Pakai produk, (3) Buat daftar nama, (4) Janji temu, (5) Presentasi, (6) Tindak lanjut, dan (7) Alat

bantu. Kemudian 7 Kebiasaan Sukses diantaranya : (1) Memiliki *dream book* dan menambah terus daftar nama prospek, (2) Presentasi minimal 15 kali per-bulan, (3) Melayani 10-20 pelanggan, (4) Membaca buku positif minimal 15 menit tiap hari, (5) Mendengarkan minimal 1 CD net-P *one vision* tiap hari, (6) Hadir di setiap pertemuan rutin (OP,GOP,SOP,NDT,VS) dan bersyarat (CPW,RW,*Crown Life*), dan (7) Menjadi *good team player*. Kemudian 3 Prinsip Dasar diantaranya: (1) Edifikasi yaitu mempromosikan perusahaan dan produk serta *downline* dan *upline*, (2) Konsultasi yaitu konsultasi bisnis ke *upline* aktif minimal sebulan sekali, (3) *No crosslining* yaitu tidak saling membicarakan bisnis kepada *crossline*.

Kegiatan-kegiatan pengembangan diri Tiens Syariah di atas biasanya dilakukan secara *offline* namun dikarenakan adanya pandemi semuanya beralih menjadi *online* dan membuat kegiatan-kegiatan *social support* dari perusahaan kurang maksimal. Menurut Kurnia (2018) *social support* merupakan bantuan yang ditujukan kepada individu dan diperoleh dari orang-orang yang berarti bagi individu tersebut, *social support* ini adalah hal penting dalam memelihara keadaan psikologis individu yang mengalami suatu tekanan, sehingga dapat menimbulkan pengaruh positif yang akan mengurangi gangguan psikologis.

Menurut Sarafino dan Smith (2011) *social support* adalah suatu bentuk kenyamanan, perhatian, penghargaan dan bantuan yang dipersepsi oleh individu yang diterimanya dari orang atau sekelompok orang. Baron dan Byrne dalam (Adicondro & Purnamasari, 2011) mendefinisikan *social support* adalah kenyamanan secara fisik dan psikologis yang diberikan oleh teman atau anggota keluarga. *Social support* dapat dilihat dari banyaknya kontak sosial yang terjadi

atau dilakukan individu dengan menjalin hubungan dengan sumber-sumber yang ada di lingkungan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *social support* dapat mempengaruhi *psychological well-being*. Rusyanti (2017) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa Individu dengan *social support* yang tinggi akan mempunyai kesehatan mental yang positif, jika dibandingkan dengan individu yang memiliki tingkat *social support* yang rendah. Hal ini dikarenakan orang-orang terdekat seperti keluarga merupakan lembaga pertama dalam kehidupan individu dan pada umumnya ada hubungan interaksi yang intim. Segala sesuatu yang dilakukan oleh individu mempengaruhi lingkungan sosialnya, begitu sebaliknya.

Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Mishra, Pandey, Khan, Joby dan Meeta (2014) menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *social support* dengan *psychological well-being* pada lansia, dimana lansia dengan *social support* yang tinggi menunjukkan tingginya *psychological well-being*, begitu juga sebaliknya dengan *social support* yang rendah akan mempengaruhi rendahnya *psychological well-being* pada lansia. Kemudian berdasarkan penelitian Prayogi, Muslihati, dan Handarini (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *self-efficacy* dan *social support* terhadap *psychological well-being*. Dengan kata lain, variabel *self-efficacy* dan *social support* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap *psychological well-being*. Semakin tinggi *self-efficacy* dan *social support* maka akan semakin tinggi pula *psychological well-being* nya.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “*Self-Efficacy* dan *Social Support* Sebagai Prediktor *Psychological Well-Being* Distributor *Multi Level Marketing* Tiens Syariah Kabupaten Karawang Di Masa Pandemi COVID-19”. Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan bagaimana besar kecilnya pengaruh *self-efficacy* dan *social support* terhadap *Psychological well-being* pada distributor MLM Tiens Syariah yang menjalankan bisnisnya di masa pandemi COVID-19.

B. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *self-efficacy* dan *social support* mampu menjadi prediktor *psychological well-being* pada distributor MLM Tiens Syariah Kabupaten Karawang di masa pandemi COVID-19?
2. Apakah *elf-efficacy* mampu menjadi presiktor *psychological well-being* pada distributor MLM Tiens Syariah Kabupaten Karawang di masa pandemi COVID-19?
3. Apakah *social support* mampu menjadi prediktor *psychological well-being* pada distributor MLM Tiens Syariah Kabupaten Karawang di masa pandemi COVID-19?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *self-efficacy* dan *social support* mampu menjadi prediktor *psychological well-being* pada distributor MLM Tiens Syariah di Kabupaten Karawang selama menjalankan bisnis di masa pandemi COVID-19?
2. Untuk mengetahui apakah *self-efficacy* mampu menjadi prediktor *psychological well-being* pada distributor MLM Tiens Syariah di Kabupaten Karawang selama menjalankan bisnis di masa pandemi COVID-19?
3. Untuk mengetahui apakah *social support* mampu menjadi prediktor *psychological well-being* pada distributor MLM Tiens Syariah di Kabupaten Karawang selama menjalankan bisnis selama pandemi COVID-19?

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang bersifat teoritis dan manfaat praktis, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan sumbangan penelitian bagi pengembangan ilmu psikologi mengenai *self-efficacy*, *social support*, dan *psychological well-being*.
- b. Memberikan sumbangan pengetahuan dalam khazanah ilmu pengetahuan, yaitu mengenai pengaruh *self-efficacy* dan *social support* terhadap *psychological well-being* pada distributor *multi level marketing* Tiens Syariah di Kabupaten Karawang selama masa pandemi COVID-19.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan Tiens Syariah

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan khususnya dalam karya tulis ilmiah, serta sebagai bahan acuan dalam menambah ilmu pengetahuan dan literatur. Khususnya dapat memberikan gambaran mengenai mengenai pengaruh *self-efficacy* dan *social support* terhadap *psychological well-being* pada distributor *multi level marketing* Tiens Syariah di Kabupaten Karawang selama masa pandemi COVID-19.

b. Bagi Distributor Tiens Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan mengenai *psychological well-being* serta sebagai referensi penyusunan intervensi peningkatan *psychological well-being* distributor Tiens Syariah di Kabupaten Karawang.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi para peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

d. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam penelitian. Serta menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan yang sudah didapat.