

Hubungan Bersyukur dengan Prososial Pelaku UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19 di Wilayah Karesidenan Surakarta

Siti Maolida Andalis¹

Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
maolidaandalis99@gmail.com

Abstrak:

Pandemi covid-19 berdampak pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Perilaku prososial dari sesama pelaku UMKM penting untuk mengatasi dampak tersebut. Rasa syukur memberikan emosi positif sehingga dapat mendorong individu untuk dapat berperilaku baik dan menyebabkan dilakukannya perilaku prososial. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara bersyukur dengan perilaku prososial pada pelaku UMKM dimasa pandemi covid 19. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 pelaku UMKM dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan skala bersyukur dan perilaku prososial. Analisis data dilakukan menggunakan analisis korelasi *product moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai *r* (koefisien korelasi) sebesar 0,649 dan nilai signifikansi (*p*) sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Kesimpulan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif yang signifikan antara bersyukur dengan perilaku prososial.

Kata Kunci: *bersyukur, prososial, pelaku UMKM, pandemi covid 19.*

Perceptions of Workload with Work Stress on Furniture Factory Employees

Abstract

*The Covid-19 pandemic has had an impact on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Prosocial behavior from fellow business perpetrator was important to overcome these impacts. Gratitude provides positive emotions so that it can encourage individuals to behave well and lead to prosocial behavior. The purpose of this study was to examine the relationship between gratitude and prosocial behavior in MSME perpetrator during the covid 19 pandemic. The sample in this study was 100 MSME perpetrator with purposive sampling using a purposive sampling technique. Data were collected using a gratitude scale and prosocial behavior. Data analysis was performed using product moment correlation analysis. The results of this study indicate the value of *r* (correlation coefficient) of 0.649 and a significance value (*p*) of 0.000 ($p < 0.05$). The conclusion in this study is that there is a significant positive relationship between gratitude and prosocial behavior.*

Keywords: *gratitude, prosocial, MSME perpetrator, covid 19 pandemic.*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah berdampak pada perubahan tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi di sebagian besar negara di dunia, tak terkecuali Indonesia. Beberapa lembaga memprediksikan perlemahan ekonomi dunia yang antara lain *International Monetary Fund* (IMF) yang memproyeksikan ekonomi global tumbuh minus berada di angka 3% (Thaha, 2020). Adanya pandemi Covid 19 ini memunculkan aksi solidaritas dari berbagai pihak untuk membantu masyarakat yang tidak bisa bekerja dan tidak bisa mencukupi kebutuhannya, terutama mereka yang menjadi pekerja informal dan memiliki pendapatan harian. Berbagai pihak saling bahu-membahu untuk menyalurkan bantuan kepada masyarakat terdampak Covid 19 tersebut, misalnya aksi lumbung solidaritas Banjarsari (Rizal, 2020).

Terdapat tiga implikasi akibat Pandemi Covid-19 di Indonesia yakni dari sektor pariwisata, perdagangan, investor dan UMKM mikro dan makro. Di Indonesia UMKM berperan sebagai tulang punggung perekonomian yang sangat terdampak serius akan adanya wabah Covid-19. Dampak yang dirasakan akibat pandemi adalah penurunan omset yang lumayan tinggi, penurunan tingkat daya beli konsumen, pengurangan tenaga kerja. Pelaku UMKM itu sendiri adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi (Siringoringo & Butar-Butar, 2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah suatu bentuk usaha yang didirikan oleh perorangan atau kelompok yang dilihat dari skala usaha rumahan dan usaha kecil yang hanya mempunyai jumlah karyawan antara 1-19 orang (Nuvitasari, Citra Y, & Martiana, 2019).

Besarnya resiko yang disebabkan oleh pandemi covid 19 adalah perilaku masyarakat. Dimana di masa pandemi ini banyak pelaku prososial menurun. Perilaku prososial di masyarakat cenderung menurun, apalagi ketika dalam sosialisasi protokol kesehatan, ditekankan untuk jaga jarak. Batasan ini secara tidak langsung menghambat terjadinya interaksi dan komunikasi sehingga perilaku tidak saling peduli akhirnya memang benar terjadi. Seseorang yang sedang sakit, belum ada hasil diagnosa terpapar covid-19 pun harus mengalami perilaku anti sosial, apalagi ketika sudah positif dan diisolasi. Pasien covid-19 akan ditempatkan dalam ruang khusus dan hanya akan dilayani dengan cara yang sangat ekstrim. Seolah-olah pasien dibiarkan berjuang sendirian, dan dukungan keluarganya pun tidak diperkenankan. Kondisi ini terpaksa diciptakan agar perkembangan virus covid-19 dapat dihentikan.

Pentingnya perilaku prososial dari sesama pelaku UMKM dan pemerintah untuk saling peduli dan mendukung kerja-kerja konkret demi percepatan penanganan korban pandemi covid-19. Namun tak sedikit pelaku UMKM yang justru anti sosial seperti sulitnya bantuan untuk disinfektan atau masker. Hal tersebut disebabkan karena faktor ekonomi yang menuntut pelaku UMKM untuk sulit berbagi. Pengertian dari pelaku UMKM itu sendiri adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi (Siringoringo & Butar-Butar, 2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah suatu bentuk usaha yang didirikan oleh perorangan atau kelompok yang dilihat dari skala usaha rumahan dan usaha kecil yang hanya mempunyai jumlah karyawan antara 1-19 orang (Nuvitasari et al., 2019).

Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dijalankan secara perorangan dan atau suatu badan yang memenuhi persyaratan berikut ini: memiliki karyawan kurang dari 4 orang, aset (kekayaan bersih) hingga Rp 50 juta per tahun, dan omzet penjualan tahunan hingga 300 juta per tahun. Inilah kriteria usaha mikro atau yang disebut juga sebagai usaha rumah tangga (*home industry*). Kriteria Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Kriteria Usaha Menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar

lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah) (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008).

Perilaku prososial (*prosocial behavior*) artinya tindakan yang berimplikasi positif bagi orang lain melalui bantuan yang menguntungkan orang lain tanpa harus memperdulikan keuntungan dirinya, bahkan (si penolong) turut mengambil resiko bagi dirinya sendiri (Caprara, Steca, Zelli, & Capanna, 2005). Menurut Caprara, Alessandri, & Eisenberg (2012) perilaku prososial mengacu pada tindakan sukarela yang dilakukan untuk menguntungkan orang lain, seperti berbagi, menyumbangkan, merawat, menghibur, dan membantu. Carlo & Randall, (2002) menilai 6 jenis perilaku prososial yaitu altruistik, patuh, emosional, keadaan krisis, publik, dan anonim.

Menurut Caprara et. al. (2005) membedakan aspek prososial diantaranya yaitu yaitu: a) *sharing* atau berbagi yaitu perilaku untuk saling memberi kepada orang lain, b) *helping* atau membantu, yaitu perilaku memberikan bantuan kepada yang membutuhkan bantuan, c) *taking care of others* yaitu perilaku memberikan perhatian kepada orang lain, dan menjaga perasaan orang lain. d) *empathizing with their feelings* kemampuan seseorang untuk berbagi perasaan suka maupun duka atau pengalaman orang lain.

Berdasarkan Caprara et al. (2005) ada 4 faktor yang dapat mempengaruhi prososial diantaranya yaitu: a) *Self-Gain*, Harapan seseorang untuk memperoleh atau menghindari kehilangan sesuatu, misalnya ingin mendapatkan pengakuan, pujian atau takut dikucilkan. b) *Personal Values and Norms*, Adanya nilai-nilai dan norma sosial yang diinternalisasikan oleh individu selama mengalami sosialisasi dan sebagian nilai-nilai serta norma tersebut berkaitan dengan tindakan prososial, seperti berkewajiban menegakkan kebenaran dan keadilan serta adanya norma timbal balik. c) *Empathy*, Kemampuan seseorang untuk ikut merasakan perasaan atau pengalaman orang lain. Kemampuan untuk empati ini erat kaitannya dengan pengambilalihan peran. Jadi prasyarat untuk mampu melakukan empati, individu harus memiliki kemampuan untuk melakukan pengambilan peran, e) Bersyukur, kualitas dan kondisi berterima kasih yang membawa kebaikan bagi setiap orang yang senantiasa mengamalkannya serta dianggap sebagai anugerah tertinggi dari Tuhan kepada setiap umat manusia yang bernilai fundamental untuk kehidupan seseorang agar senantiasa lebih baik.

Al-Fauzan (2013) mengatakan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi kebersyukuran: a) Memiliki pandangan yang luas dalam hidup. Berpandangan luas terhadap hidup adalah mengetahui bahwa segala sesuatu yang ada pada diri berasal dari Allah dan berpandangan bahwa semua yang terjadi atas kehendak Allah, bukan berasal dari manusia atau benda atau makhluk lain, b) Persepsi positif dalam hidup. Berpersepsi positif dalam hidup adalah berfikir bahwa segala sesuatu yang datang adalah baik bagi diri, sehingga selalu mengembalikan segala sesuatu kepada Allah walaupun terasa berat untuk dijalani, c) Niatan baik terhadap orang lain atau oada sesuatu. Berniat baik dalam hal ini adalah melakukan hal positif pada orang lain, d) Kecenderungan untuk bertindak positif berdasarkan rasa penghargaan dan kehendak baik. Sikap orang yang bersyukur dapat dilihat dari tindakannya yang positif, e) Rasa apresiasi yang hangat terhadap orang lain. Apresiasi yang hangat pada orang lain sama artinya dengan menghargai dan menginginkan sesuatu yang baik bagi orang lain.

Fitzgerald (1998) dan Watkins et al. (2003), bersyukur memiliki beberapa aspek diantaranya meliputi: a.) Rasa apresiasi/*Sense Of Appreciation* (SA), adalah perilaku menghargai dan bersyukur atas apa yang telah diterima, b) Perasaan Positif (PP) perilaku untuk melihat setiap persoalan dengan pandangan yang baik (prasangka baik/husnudzon), dan c.) Ekspresi Bersyukur (EB) perilaku senantiasa mengucapkan rasa syukur atas nikmat yang telah diterima. Sebagaimana beberapa pengertian tersebut, bersyukur merupakan kualitas dan kondisi berterima kasih yang membawa kebaikan bagi setiap orang yang

senantiasa mengamalkannya serta dianggap sebagai anugerah tertinggi dari Tuhan kepada setiap umat manusia yang bernilai fundamental untuk kehidupan seseorang agar senantiasa lebih baik (Hidayat & Gamayanti, 2020).

Individu yang memiliki rasa syukur akan memiliki keadaan emosional yang positif. Emosi positif ini memberi dorongan bagi individu untuk dapat berperilaku baik dan menyebabkan dilakukannya perilaku prososial (Pitaloka & Ediati, 2015). Berdasarkan hasil penelitian Tsang (2006) menyatakan bahwa semakin tinggi bersyukur maka semakin tinggi pula perilaku prososial. Pelaku UMKM selalu bersyukur, akan memiliki empati untuk berbuat baik. Ketika menerima kenikmatan hidup dan kemudian mengucapkan syukur, maka pada saat itu hatinya akan terbuka untuk juga dapat memberikan kebaikan kepada orang lain. Kebaikan itu dapat berupa perhatian, pertolongan, saling bantu membantu dan lain sebagainya dan perilaku prososial lainnya. Perilaku yang berupa sikap kebaikan dan kebajikan kepada sesama. Kebaikan yang muncul dari adanya bersyukur yang kemudian membangkitkan perilaku prososial.

Kondisi pada saat pandemi covid-19 menunjukkan fenomena pelaku UMKM justru jauh dari sikap prososial. Ketika pemerintah berusaha memberikan bantuan kepada pelaku UMKM, yang terjadi adalah terjadinya keributan. Ketika mengambil bantuan langsung tunai (BLT) bagi UMKM atau Bantuan Pelaku Usaha Mikro (BPUM) di Kabupaten Sukoharjo, warga berdesak-berdesak rebutan nomor antrean dan mengabaikan protokol kesehatan ((CNN Indonesia, 2020; TribunSolo, 2021). Selain berebut, berdesak-desakan dengan sesama pelaku UMKM dan mengabaikan protokol kesehatan, juga ada pelaku UMKM melakukan perbuatan tidak terpuji. Pelaku UMKM di Bandar Lampung mengamuk dan beradu mulut dengan petugas Satgas ketika diingatkan untuk tidak membuat kerumunan (Kompas.com, 2021a). Bahkan ada pelaku UMKM di kawasan wisata telaga Sarangan Ngawi, yang bertengkar dengan pembeli (Kompas.com, 2021b). Hal ini menunjukkan bahwa pandemi covid-19 telah menurunkan sikap prososial pelaku UMKM yang seharusnya dalam kondisi seperti ini harusnya bisa saling menjaga diri sehingga kejadian wabah covid-19 ini dapat segera teratasi.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik rumusan masalah apakah terdapat hubungan antara bersyukur dengan perilaku prososial pada pelaku UMKM di masa pandemi covid 19. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara bersyukur dengan perilaku prososial pada pelaku UMKM di masa pandemi covid 19. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu ada hubungan positif antara bersyukur dengan perilaku prososial pada pelaku UMKM di masa pandemi covid 19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang hasilnya didapatkan dari analisis data statistik (Shaughnessy, Zechmeister, & Zechmeister, 2015). Variabel dalam penelitian ini adalah bersyukur sebagai variabel independen (X) dan perilaku prososial sebagai variabel dependen (Y). Populasi adalah sekumpulan subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang membedakan dengan kelompok subjek yang lain dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk penelitian yang dilakukan (Azwar, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di wilayah Keresidenan Surakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana sampel dari populasi yang diambil harus memenuhi kriteria tertentu (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, kriteria yang telah ditentukan adalah pelaku UMKM di wilayah Keresidenan Surakarta sebanyak 100 pelaku UMKM, yaitu memiliki kriteria jumlah karyawan maksimal 50 orang dan penghasilan bersih hingga 50 milyar.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala. Terdapat 2 skala yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala perilaku prososial dan skala bersyukur.

Perilaku prososial diukur dengan skala perilaku prososial yang disusun oleh Pamungkas (2021) berdasarkan aspek dari Caprara et al. (2005). Aspek yang digunakan dalam skala ini adalah: a. *sharing*, b. *helping*, c. *taking care of others' needs*, d. *empathizing with their feelings* dengan jumlah sebanyak 26 aitem. Aitem-aitem tersebut terdapat dalam pada tabel 1.

Tabel 1. Blueprint Skala Perilaku Prososial

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
<i>Sharing</i> (Berbagi)	Secara Materil	19, 8	23	3
	Secara Non Materil	4, 5	2	3
<i>Helping</i> (Membantu)	Membantu dengan ikhlas	10, 11	6	3
	Tanpa mengharapkan imbalan / reward	24	9, 22	3
<i>Taking care of others needs</i> (Kepedulian terhadap orang lain)	Kebutuhan fisik	17, 18	-	2
	Kebutuhan sosial	26, 15	-	2
	Kebutuhan psikologis	1, 3, 20	12	4
<i>Empathizing with their feelings</i>	Merasakan apa yang dirasakan orang lain	14, 16	21	3
	Simpati	13, 7	-	2
	Peduli kepada orang lain	25	-	1
Jumlah		19	7	26

Bersyukur diukur dengan skala bersyukur yang disusun oleh Pamungkas (2021) dan sudah dimodifikasi oleh peneliti. Skala bersyukur didasarkan pada teori Fitzgerald (1998) dan Watkins et al. (2003). Aspek yang digunakan dalam skala ini adalah rasa apresiasi/*Sense Of Appreciation* (SA), Perasaan Positif (PP) & Ekspresi Bersyukur (EB) dengan jumlah aitem sebanyak 29 buah.

Tabel 2. Skala Bersyukur

Komponen	Sumber	Favorable	Unfavorable	Jumlah
<i>Sense Of Appreciation</i> (SA) :	Transpersonal	13, 18, 23	8, 19, 7	6
Rasa apresiasi terhadap orang lain, Tuhan dan kehidupan	Personal	2, 4	1, 5, 9, 29	6
Perasaan Positif (PP) :	Transpersonal	14	6, 10, 11, 20	5
Perasaan positif terhadap kehidupan yang dimiliki	Personal	24	22, 16	3
Ekspresi Bersyukur (EB) :	Transpersonal	12, 17, 25	3, 27	5
Kecenderungan untuk bertindak positif sebagai ekspresi dari perasaan positif dan apresiasi yang dimiliki	Personal	15, 28	21, 26,	4
Jumlah		12	17	29

Skala yang digunakan adalah skala Likert yang berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi yang dimiliki oleh seseorang mengenai fenomena sosial yang ada (Sugiyono, 2016). Skala diberikan kepada subjek penelitian secara *online* dengan *google form* yang disebarluaskan melalui beberapa media sosial, diantaranya adalah *Whats App* dan *Instagram*. Terdapat empat pilihan jawaban dalam skala penelitian ini, untuk aitem *Favourabel* yaitu skor 1 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), skor 2 untuk pilihan jawaban Tidak Setuju (TS), skor 3 untuk pilihan jawaban Setuju (S), dan skor 4 untuk pilihan jawaban Sangat Setuju (SS), sementara aitem *unfavourable* yaitu skor 4 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), skor 3 untuk pilihan jawaban Tidak Setuju (TS), skor 2 untuk pilihan jawaban Setuju (S), dan skor 1 untuk pilihan jawaban Sangat Setuju (SS).

Hasil uji validitas pada skala bersyukur, jumlah awal sebanyak 29 item dan tidak ada yang gugur, dengan demikian jumlah aitem pada skala bersyukur tetap berjumlah 29 item. Untuk skala prososial ada 26 item dengan rentang skor antara 0,75 – 0,9167. Validitas

pada skala bersyukur ada 29 dengan rentang skor antara 0,75 – 0,9167. Setelah mengalami uji validitas, skala perilaku prososial dengan jumlah awal sebanyak 26 item dan tidak ada yang gugur, dengan demikian jumlah aitem pada skala prososial tetap berjumlah 26 item. Hasil uji reliabilitas dari skala tersebut adalah 0,879 untuk skala prososial dan 0,890 untuk skala bersyukur. Hal ini menunjukkan bahwa alat ukur tersebut reliabel untuk dijadikan acuan dalam melakukan penelitian.

Metode analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis korelasi *product moment* dari Pearson yaitu teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara bersyukur dan perilaku prososial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi

Uji Normalitas.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya persebaran variabel bersyukur. Pengujian menggunakan *Kolmogrov-Smirnov Z*. Apabila nilai $p > 0,05$ maka persebaran data dikatakan normal, sedangkan jika $p < 0,05$ maka persebaran data dikatakan tidak normal. Berdasarkan hasil pengujian normalitas sebaran variabel bersyukur diperoleh hasil *Kolmogrov-Smirnov Z sig (2-tailed) = 0,080*, yang artinya persebaran data untuk variabel bersyukur dapat dikatakan normal karena $p > 0,05$. Hasil pengujian normalitas sebaran variabel perilaku prososial diperoleh hasil *Kolmogrov-Smirnov Z sig (2-tailed) = 0,092*, yang artinya persebaran data untuk variabel perilaku prososial dapat dikatakan normal karena $p > 0,05$.

Uji Linieritas.

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang linear antar variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil uji linearitas yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel bebas (bersyukur) dengan variabel terikat (perilaku prososial) memenuhi persebaran data linear yang diketahui dari hasil *output Anova* tabel dengan skor *deviation from linearity sig. = 0,217 (p > 0,05)* yang artinya variabel bersyukur dan perilaku prososial memiliki hubungan yang linear.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Uji hipotesis ini menggunakan teknik korelasi. Hasil analisis yang dilakukan pada variabel bersyukur dan variabel perilaku prososial berdasarkan *output tabel Anova sig.*, diperoleh nilai (p) sebesar 0,000 ($p < 0,05$), dengan nilai korelasi sebesar 0,649. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara bersyukur dan perilaku prososial. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H_a) peneliti diterima.

Sumbangan Efektif

Sumbangan efektif bersyukur terhadap perilaku prososial sebesar $R^2 = 0,649$ atau sebesar 64,9%, sedangkan 35,1% lainnya ditentukan oleh faktor-faktor yang belum diteliti oleh peneliti. Artinya, perilaku prososial pelaku UMKM salah satu ditentukan oleh variabel bersyukur sebesar 64,9%.

Kategorisasi

Analisis dilakukan dengan cara membandingkan antara rerata empirik yang hasilnya diperoleh dari proses perhitungan menggunakan SPSS pada *output descriptive statistic* dengan rerata hipotetik yang hasilnya diperoleh dari proses penghitungan manual.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan statistik variabel Bersyukur, dapat diketahui bahwa $RE > RH$ dengan hasil rerata empirik (RE) sebesar 98,87 dan rerata hipotetik sebesar 72,5, sehingga variabel bersyukur tergolong dalam kategori sangat tinggi. Data mengenai hasil penelitian dikategorikan ke dalam 5 kategori yaitu sangat rendah, rendah,

sedang, tinggi dan sangat tinggi. Berikut kategori variabel bersyukur dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Kategori Bersyukur

Skor Interval	Kategori	Rerata hipotetik (RH)	Rerata Empirik (RE)	Frekuensi (ΣN)	Prosentase (%)
29 < X < 46,4	Sangat rendah			1	1%
46,4 < X < 63,8	Rendah			1	1%
63,8 < X < 81,2	Sedang	72,5		5	5%
81,2 < X < 98,6	Tinggi			37	36%
98,6 < X < 116,0	Sangat tinggi		98,87	60	58%
	Jumlah			104	

Berdasarkan kategori bersyukur dapat diketahui bahwa terdapat 1% (1 pelaku UMKM termasuk dalam bersyukur sangat rendah dan rendah. Kategori bersyukur sedang terdapat 5% (5 pelaku UMKM). Pada kategori bersyukur tinggi terdapat 36% (37 pelaku UMKM) dan 58% (60 pelaku UMKM) termasuk dalam kategori bersyukur sangat tinggi.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan statistik variabel perilaku prososial dapat diketahui bahwa $RE > RH$. dengan hasil rerata empirik sebesar 85,60 dan hasil rerata hipotetik sebesar 65,0 sehingga variabel perilaku prososial tergolong dalam kategori tinggi. Data mengenai hasil penelitian akan dikategorikan ke dalam 5 kategori yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. Berikut kategori variabel perilaku prososial dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Kategori Perilaku Prososial

Skor interval	Kategori	Rerata Hipotetik (RH)	Rerata Empirik (RE)	Frekuensi (ΣN)	Prosentase (%)
26 < X < 41.6	Sangat rendah			0	0%
41.6 < X < 57.2	Rendah			1	1%
57.2 < X < 72.8	Sedang	65,0		4	4%
72.8 < X < 88.4	Tinggi		85,60	53	51%
88.4 < X < 104	Sangat tinggi			46	44%
	Jumlah			104	100%

Berdasarkan skala perilaku prososial dapat diketahui bahwa terdapat tidak ada pelaku UMKMyang memiliki perilaku prososial sangat rendah, kemudian 1% (1 pelaku UMKM) memiliki perilaku prososial rendah, 4.0% (4 pelaku UMKM) memiliki perilaku prososial yang tergolong sedang, dan 51% (53 pelaku UMKM) memiliki perilaku prososial yang tergolong tinggi, untuk kategori sangat tinggi sejumlah 44% (46 pelaku UMKM).

Berikut ini merupakan rangkuman dari uji hipotesis dan kategorisasi.

Tabel 5. Uji Hipotesis dan Kategorisasi

Uji Hipotesis	Variabel	Hasil	Keterangan
Korelasi <i>product moment</i>	Bersyukur dengan perilaku prososial	$r : 0,649$ Signifikansi (p) sebesar 0,000 ($p < 0,000$)	Ada hubungan positif yang signifikan antara bersyukur dan perilaku prososial
Kategorisasi	Bersyukur Perilaku prososial	RE=98,87 RH=72,5 RE=85,60 RH=65,0	Tergolong Sangat Tinggi Tergolong Tinggi

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis diketahui r_{hitung} sebesar 0,649 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), artinya bersyukur memiliki hubungan positif yang signifikan dengan perilaku prososial pada pelaku UMKM. Semakin tinggi bersyukur semakin tinggi pula perilaku prososial pelaku UMKM, atau sebaliknya semakin rendah bersyukur, semakin rendah pula perilaku prososial pelaku UMKM. Ketika bersyukur ada perasaan positif

untuk berbagi, menolong, berempati, dan menghargai sesama, sehingga akan membuat pelaku UMKM dengan sukarela mau membantu, menghargai pemberian orang lain, serta akan menjadikan mau berbagi dengan orang yang membutuhkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Husna et al. (2019) didapatkan hasil bahwa semakin tinggi rasa syukur, maka semakin tinggi pula perilaku prososialnya. Batson (dalam Mikulincer & Shaver, 2008) juga mengatakan bahwa, rasa syukur seperti empati memiliki makna yang beragam dan hal itu dapat memunculkan perilaku prososial secara alami. Dunn dan Schweitzer (dalam Yost-Dubrow & Dunham, 2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa rasa syukur juga merupakan penguatan untuk perilaku prososial, karena ungkapan rasa syukur meningkatkan kemungkinan bahwa orang yang menolong akan melakukan perilaku prososial berulang kali di masa depan.

Pada variabel bersyukur, diperoleh nilai rerata empirik (RE) sebesar 98,87 dan nilai rerata hipotetik (RH) sebesar 72,5 sehingga bersyukur tergolong pada kategori sangat tinggi. Kategori terbanyak adalah 60 orang pada kategori sangat tinggi dan memiliki presentase sebanyak 58 %. Frekuensi terbanyak kedua ada pada kategori tinggi, yaitu sebanyak 37 orang dan memiliki presentase sebanyak 36% dan terakhir ada kategori sedang dengan presentase 5% dengan jumlah 5 orang. Untuk kategori sangat rendah dan kategori rendah memiliki frekuensi dan presentase sebanyak 1%.

Nilai rerata empirik pada variabel perilaku prososial, adalah sebesar 85,60 dan nilai rerata hipotetik sebesar 65,0 sehingga perilaku prososial dalam kategori tinggi. Kategori terbanyak ialah kategori tinggi dengan jumlah 46 orang dengan presentase sebanyak 44%. Frekuensi terbanyak kedua adalah kategori sangat tinggi, yaitu sebanyak 46 dengan presentase sebesar 51%, Kategori sedang mendapatkan frekuensi sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 4%. Kategori rendah mendapatkan frekuensi sebanyak 1 orang dengan presentase sebesar 1%. Sama halnya dengan kategorisasi pada rasa syukur, dalam kategorisasi perilaku prososial sangat rendah juga memiliki jumlah 0 sehingga presentasenya 0%.

Berdasarkan kategorisasi yang dilakukan, bersyukur tergolong pada kategori sangat tinggi, artinya pelaku UMKM telah bersyukur atas nikmat dan anugerah yang diterimanya. Pelaku UMKM menyadari telah menerima nikmat dan bersyukur dengan mengucapkan, *Alhamdulillah* dan kalau orang Jawa mengucapkan *matur nuwun*, terima kasih ya Allah, telah diberikan rejeki yang berkah, kesehatan dan keselamatan serta kecukupan. Bersyukur yang dimiliki pelaku UMKM dalam penelitian ini ternyata masuk dalam kategori sangat tinggi. Kategori tinggi yang saat ini telah dimiliki pelaku UMKM, menunjukkan adanya kebersamaan kepentingan, sehingga dapat menjalin kerjasama yang baik dalam meningkatkan kesejahteraan hidupnya.

Perilaku prososial juga tergolong pada kategori tinggi, artinya, pelaku UMKM telah memiliki dan mengamalkan perilaku-perilaku prososial di lingkungannya. Pelaku UMKM dalam penelitian ini telah menunjukkan tingginya perhatian kepada orang lain yang berada dalam kesusahan. Pelaku UMKM mudah untuk saling membantu dan memberikan pertolongan bagi yang membutuhkan. Sikap-sikap prososial tersebut telah dijalankan dan diamalkan oleh pelaku UMKM sehingga hasil pengukuran skala prososial termasuk dalam kategori tinggi.

Rasa bersyukur yang mereka miliki, mendorong mereka untuk berbagi dan membantu masyarakat lain yang terdampak Covid 19, terutama mereka yang kekurangan. Rasa bersyukur yang ada pada mereka, menimbulkan perasaan bahwa jika mereka berkecukupan, maka orang lain juga harus berkecukupan (Rusdi, 2016; Shobihah, 2014). Hal inilah yang mendorong mereka untuk melakukan perilaku prososial terhadap sesama.

Sumbangan efektif bersyukur terhadap perilaku prososial sebesar $R^2 = 0,649$ atau sebesar 64,9%, sedangkan 35,1% lainnya ditentukan oleh faktor-faktor yang belum diteliti oleh peneliti. Artinya, perilaku prososial pelaku UMKM salah satu ditentukan oleh variabel bersyukur sebesar 64,9%. Aspek-aspek variabel bersyukur yang turut membentuk perilaku prososial, diantaranya ketika seseorang terbiasa dengan bersyukur, maka akan timbul kerendahan hati dan kepedulian terhadap sesama (Kurniawan, 2013). Ungkapan bersyukur tersebut membuat seseorang untuk berhati-hati menghadapi seseorang, sehingga dalam pelaksanaannya adalah bentuk menghormati dan menghargai orang lain (Nuruddaroini, 2018). Perilaku-perilaku tersebut ternyata efektif dalam membentuk perilaku prososial, sementara 35,1% ditentukan oleh variabel lain seperti empati, kepribadian, suasana hati, dan lingkungan.

Beberapa keterbatasan dari penelitian yang dilakukan adalah: 1) Terbatasnya literatur yang membahas tentang bersyukur dengan prososial pada pelaku UMKM dimasa pandemi covid 19 ini sehingga referensi yang digunakan tidak terlalu banyak. 2) Pengambilan data tidak dilakukan secara langsung karena pandemi yang sedang terjadi sehingga peneliti tidak mengetahui kesungguhan responden dalam mengisi pernyataan yang ada.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara bersyukur dengan perilaku prososial pada pelaku UMKM di wilayah Keresidenan Surakarta. semakin tinggi bersyukur pelaku UMKM—semakin tinggi pula perilaku prososial pelaku UMKM atau sebaliknya, semakin rendah bersyukur pelaku UMKM—semakin rendah pula perilaku prososial pelaku UMKM

Tingkat bersyukur tergolong dalam kategori sangat tinggi, sedangkan tingkat perilaku prososial tergolong dalam kategori tinggi. Adapun Sumbangan efektif rasa syukur terhadap perilaku prososial sebesar $R^2 = 0,649$ atau sebesar 64,9%, sedangkan 35,1% lainnya ditentukan oleh faktor-faktor yang belum diteliti oleh peneliti.

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran untuk pelaku UMKM—tetap menjaga rasa bersyukur, apalagi bagi yang beragama Islam, rasa bersyukur merupakan perintah dari Allah SWT yang difirmankan dalam QS. Ibrahim (7), yang artinya, sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka pasti azab-Ku sangat berat. Artinya, rasa bersyukur merupakan amar perintah yang jelas harus dilaksanakan. Selain rasa syukur, pelaku UMKM-juga harus menjaga perilaku prososial.

Sebagaimana hasil penelitian dan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan implikasi penelitian, jika hendak meningkatkan perilaku prososial pelaku UMKM maka pelaku UMKM perlu meningkatkan rasa bersyukur. Sementara saran hasil penelitian ini, Kepada pelaku UMKM dan masyarakat umum, khususnya yang beragama Islam, agar lebih meningkatkan rasa bersyukur meskipun dalam masa-masa sulit maupun berlebih, sehingga dengan rasa syukur tersebut, selalu tertanam sikap saling berbagi, tolong menolong, empati dan perilaku prososial lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini juga bisa lebih mendekatkan seorang hamba kepada RabbNya, Banyak cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan rasa syukur, misalnya dengan membiasakan diri untuk mengucapkan Alhamdulillah dan membiasakan diri untuk berterima kasih atas pemberian orang lain karena hal tersebut dapat meningkatkan intensitas orang tersebut untuk membalas perbuatan baik dan melakukan hal tersebut kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2018). *Penyusunan Skala Psikologi (II)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Caprara, G. V., Alessandri, G., & Eisenberg, N. (2012). Prosociality: The contribution of traits, values, and self-efficacy beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, *102*(6), 1289–1303. <https://doi.org/10.1037/a0025626>
- Caprara, G. V., Steca, P., Zelli, A., & Capanna, C. (2005). A new scale for measuring adults' prosocialness. *European Journal of Psychological Assessment*, *21*(2), 77–89. <https://doi.org/10.1027/1015-5759.21.2.77>
- Carlo, G., & Randall, B. A. (2002). The development of a measure of prosocial behaviors for late adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, *31*, 31–44. <https://doi.org/10.1023/A:1014033032440>
- Fitzgerald, P. (1998). Gratitude and justice. *Ethics*, *109*(1), 119–153. <https://doi.org/10.1086/233876>
- Hidayat, I. N., & Gamayanti, W. (2020). Dengki, Bersyukur dan Kualitas Hidup Orang yang Mengalami Psikosomatik. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*. <https://doi.org/10.15575/psy.v7i1.6027>
- Husna, W., Fahmi, R., & Kurniawan, R. (2019). Hubungan Kebersyukuran Dengan Perilaku Prososial Pada Mahasiswa. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, *10*(2), 179–188. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v10i2.960>
- Kurniawan, D. A. (2013). Kajian Nilai-Nilai Edukatif dalam Budaya Jawa Sebagai Bentuk Inventarisasi dan Transformasinya Bagi Penguatan Karakter (Studi Kasus di Lingkungan Keluarga Priyayi di Surakarta). *Candi*, *5*(1), 15–28.
- Mikulincer, M., & Shaver, P. R. (2008). Does gratitude promote prosocial behavior? The moderating role of attachment security. *Prosocial Motives, Emotions, and Behavior: The Better Angels of Our Nature.*, 1–29. <https://doi.org/10.1037/12061-014>
- Nuruddaroini, S. A. M. (2018). Nilai-nilai pendidikan karekter dalam surah al-fatihah (Telaah tafsir tahlili). *Jurnal Kaca*.
- Nuvitasari, A., Citra Y, N., & Martiana, N. (2019). Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *International Journal of Social Science and Business*, *3*(3), 341–347. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.21144>
- Pamungkas, I. C. (2021). *Hubungan Rasa Syukur dengan Perilaku Sosial pada Mahasiswa Muslim Terdampak Covid 19*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rizal, J. G. (2020, April 13). Wabah Virus Corona, Cerita Lambung Solidaritas dari Banjarsari. Retrieved May 8, 2021, from Kompas.com website: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/13/160300565/wabah-virus-corona-cerita-lambung-solidaritas-dari-banjarsari-?page=all>
- Rusdi, A. (2016). Syukur dalam Psikologi Islam dan Konstruksi Alat Ukurnya Hasad (Envy) in Islamic Psychology and Its Measurement View project Kibr (Arrogance) in Islamic Psychology and Its Measurement View project. *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris*.
- Shaughnessy, J., Zechmeister, E., & Zechmeister, J. (2015). *Metode Penelitian dalam Psikoogi (Research Methods in Psychology)* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.

- Shobihah, I. F. (2014). Kebersyukuran (Upaya Membangun Karakter Bangsa melalui Figur Ulama). *Jurnal Dakwah*.
- Siringoringo, P., & Butar-Butar, Y. W. (2019). Perlindungan Konsumen Terhadap Penjualan Ipad Tanpa Buku Petunjuk Berbahasa Indonesia Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009. *To-Ra*, 5(2), 83–91.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153.
- Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., & Kolts, R. L. (2003). Gratitude and happiness: Development of a measure of gratitude, and relationships with subjective well-being. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 31(5), 431–451. <https://doi.org/10.2224/sbp.2003.31.5.431>
- Yost-Dubrow, R., & Dunham, Y. (2017). Evidence for a relationship between trait gratitude and prosocial behaviour. *Cognition and Emotion*. <https://doi.org/10.1080/02699931.2017.1289153>