



Pengaruh *Locus Of Control Internal*, Efikasi Kolektif, Dan Kemampuan Pemasaran Digital Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Perempuan Pengolah Hasil Pertanian

The Influence of Internal Locus of Control, Collective Efficacy, and Digital Marketing Ability on Business Success in Women Agricultural Product Processors

Safrika¹, Bagio², Rezqi Malia³, Sri Wahyuni⁴

¹²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Teuku Umar, Aceh

³Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Teuku Umar, Aceh

⁴Instansi Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Krueng Aceh

*Kontak penulis: safrika@utu.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of internal locus of control, collective efficacy, and digital marketing capability on business success among women agricultural processors in Kota Sigli Subdistrict, Pidie Regency. The population of this study was all women agricultural processors running micro-enterprises in the location. Sample selection was conducted using the purposive sampling technique based on the following criteria: (1) women who process agricultural products, (2) run micro-enterprises for at least 1 year, and (3) are members of Women Farmers Groups (Kelompok Wanita Tani/KWT). The sample size of 115 respondents was determined based on the Hair et al. (2019) formula with an approach of 5–10 times the number of indicators. The analytical method employed was Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) with two stages of evaluation, namely the measurement model evaluation (outer model) through validity and reliability tests, and the structural model evaluation (inner model) through R-Square test, F-test, and t-statistic test to examine the significance of relationships among variables. The hypothesis testing results showed that internal locus of control had a significant effect on business success (t-statistic = 2.722; p-value = 0.007), while collective efficacy (t-statistic = 0.118; p-value = 0.906) and digital marketing capability (t-statistic = 1.643; p-value = 0.100) had no significant effect. The R-Square value of 0.453 indicates that the three independent variables simultaneously influence business success by 45.3%, with the remaining percentage influenced by other variables outside the model. These findings suggest that individual psychological factors determine business success more than collective factors or digital capabilities, implying that women's empowerment programs should place greater emphasis on strengthening personal capacity, accompanied by institutional support and digital transformation that is responsive to structural barriers and patriarchal cultural values in Aceh.

Keywords: *Internal Locus of Control; Collective Efficacy; Digital Marketing; Business Success; Women Agricultural Processors*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *locus of control* internal, efikasi kolektif, dan kemampuan pemasaran digital terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie. Populasi penelitian adalah seluruh perempuan pengolah hasil pertanian yang menjalankan usaha mikro di lokasi tersebut. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria: (1) perempuan yang mengolah hasil pertanian, (2) menjalankan usaha mikro minimal 1 tahun, dan

(3) tergabung dalam Kelompok Wanita Tani (KWT). Jumlah sampel sebanyak 115 responden ditentukan berdasarkan rumus Hair *et al.* (2019) dengan pendekatan 5–10 kali jumlah indikator. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan dua tahap evaluasi, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) melalui uji validitas dan reliabilitas, serta evaluasi model struktural (*inner model*) melalui uji *R-Square*, uji F, dan uji t-statistik untuk menguji signifikansi pengaruh antar variabel. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *locus of control* internal berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (t-statistik = 2,722; p-value = 0,007), sementara efikasi kolektif (t-statistik = 0,118; p-value = 0,906) dan kemampuan pemasaran digital (t-statistik = 1,643; p-value = 0,100) tidak berpengaruh signifikan. Nilai *R-Square* sebesar 0,453 mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen secara simultan mempengaruhi keberhasilan usaha sebesar 45,3%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor psikologis individu lebih menentukan keberhasilan usaha dibandingkan faktor kolektif maupun kemampuan digital, sehingga program pemberdayaan perempuan perlu lebih menekankan penguatan kapasitas personal disertai dukungan kelembagaan dan transformasi digital yang responsif terhadap hambatan struktural dan nilai-nilai budaya patriarki di Aceh.

Kata kunci: *Locus of Control Internal*; Efikasi Kolektif; Pemasaran Digital; Keberhasilan Usaha; Perempuan Pengolah Hasil Pertanian.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis perempuan di sektor pengolahan hasil pertanian memiliki peran strategis dalam penguatan ekonomi pedesaan dan peningkatan kesejahteraan keluarga. Di Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie, para perempuan pengolah hasil pertanian (seperti olahan pisang, ubi, keripik, dan manisan) menghadapi tantangan multidimensional dalam mencapai keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh faktor finansial atau akses pasar, namun juga dipengaruhi oleh faktor psikologis internal, dinamika sosial dalam kelompok, serta kapasitas adaptasi terhadap teknologi digital. Secara teoretis, individu dengan *locus of control* internal meyakini bahwa keberhasilan atau kegagalan ditentukan oleh usaha dan kemampuan dirinya sendiri, dan penelitian (Latiyan *et al.*, 2024) bahkan mengidentifikasi bahwa *locus of control* merupakan prediktor terkuat terhadap orientasi kewirausahaan pada perempuan. Sementara itu, efikasi kolektif keyakinan bersama anggota kelompok bahwa mereka secara kolektif mampu mencapai tujuan – telah didokumentasikan oleh (Ameridyani *et al.* 2025) sebagai faktor yang berperan sebagai "jembatan" yang menghubungkan pengetahuan dan sumber daya eksternal dengan komunitas lokal, sehingga mendorong inovasi dan peningkatan status sosial-ekonomi perempuan pedesaan. Di sisi lain, pemasaran digital menjadi instrumen krusial bagi UMKM pedesaan untuk memperluas jangkauan pasar.

Meskipun masing-masing variabel tersebut telah mendapat perhatian akademik, terdapat beberapa kesenjangan penelitian (*research gap*) yang signifikan. Penelitian tentang *locus of control internal* dan efikasi kolektif pada UMKM umumnya dilakukan secara terpisah, sehingga belum ada penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel – psikologi individu (LOC internal), psikologi sosial (efikasi kolektif), dan kapabilitas teknologi (pemasaran digital) – dalam satu model prediksi terhadap keberhasilan usaha, khususnya pada perempuan pengolah hasil pertanian. Selain itu, sebagian besar

penelitian LOC berfokus pada UMKM umum atau sektor jasa di perkotaan (Setiawan & Suhendah, 2016). Studi di Aceh sendiri masih terbatas pada pelatihan produk kuliner viral (Bahri et al., 2024) tanpa menyentuh aspek simultan antara variabel psikologis, sosial, dan digital. Lebih jauh lagi, Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie, dengan konteks pasca-konflik dan budaya Aceh yang khas – termasuk nilai-nilai patriarki lokal yang memengaruhi peran ganda perempuan dalam pengambilan keputusan – belum pernah dijadikan lokus penelitian sejenis. Indikator keberhasilan usaha dalam penelitian-penelitian sebelumnya pun cenderung diukur secara finansial (omzet, laba) semata, sementara penelitian ini menawarkan ukuran multidimensional non-finansial seperti kepuasan, kemandirian, keberlanjutan usaha, dan pengakuan sosial yang lebih sesuai dengan karakteristik dan motivasi perempuan pedesaan (Faaizah, 2023). Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berusaha menjawab beberapa permasalahan utama:

1. Bagaimana pengaruh *locus of control internal* terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie?
2. Bagaimana pengaruh efikasi kolektif terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie?
3. Bagaimana pengaruh kemampuan pemasaran digital terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie?
4. Bagaimana pengaruh *locus of control internal*, efikasi kolektif, dan kemampuan pemasaran digital secara bersama-sama terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie?

Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie, sebagai lokus penelitian, memiliki karakteristik yang khas. Daerah ini merupakan wilayah pasca-konflik dengan sektor basis pertanian, kehutanan, dan perikanan (LQ = 1,39), serta komoditas unggulan berupa pisang dan kakao. Masyarakat agraris di wilayah ini memiliki sistem kelembagaan lokal seperti Kelompok Wanita Tani (KWT) yang berperan penting dalam pengolahan hasil pertanian. Namun demikian, perempuan di wilayah ini masih menghadapi keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan pasar, serta menghadapi norma sosial yang membatasi peran mereka dalam pengambilan keputusan ekonomi. Kondisi ini menjadikan Kecamatan Kota Sigli sebagai lokus yang relevan untuk menguji pengaruh faktor psikologis, sosial, dan teknologi terhadap keberhasilan usaha perempuan.

Berdasarkan identifikasi kesenjangan penelitian di atas, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tiga hal utama. Pertama, integrasi lintas ranah yang menggabungkan *psychological capital* (diwakili oleh *locus of control internal*), *social capital* (diwakili oleh efikasi kolektif), dan *digital capability* (diwakili oleh kemampuan pemasaran digital) dalam satu model kausal terhadap keberhasilan usaha. Integrasi ini memungkinkan pengujian kontribusi relatif masing-masing variabel secara simultan, sehingga dapat diketahui variabel mana yang paling dominan. Kedua, konteks penelitian yang spesifik pada perempuan pengolah hasil pertanian di wilayah pedesaan pasca-konflik, yang selama ini masih jarang menjadi subjek penelitian sejenis. Ketiga, penggunaan indikator keberhasilan usaha yang multidimensi, yang tidak hanya mengukur aspek finansial tetapi juga aspek non-finansial yang relevan dengan karakteristik dan motivasi perempuan pedesaan, meliputi peningkatan omzet,

pemenuhan kebutuhan keluarga, keberlanjutan usaha, kepuasan pribadi, pengakuan sosial, dan penyerapan tenaga kerja.

2. Metode Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh perempuan pengolah hasil pertanian yang menjalankan usaha mikro di Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie. Penentuan jumlah sampel didasarkan pada rumus Hair et al. (2019), di mana ukuran sampel ideal adalah 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh hasil estimasi model yang stabil dan menghindari bias dalam analisis, terutama dalam penggunaan metode Partial Least Squares (PLS). Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan total indikator dari seluruh variabel penelitian dikalikan dengan konstanta 5–10 sesuai dengan rekomendasi Hair et al. Dengan rumus:

$$\text{Jumlah Sampel} = (\text{Jumlah Indikator}) \times (\text{Nilai 5 sampai 10})$$

$$\text{Jumlah Sampel} = 24 \times 5 = 120$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 responden yang merupakan perempuan pengolah hasil pertanian yang menjalankan usaha mikro. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel eksogen dan satu variabel endogen. Adapun yang menjadi indikator pada setiap variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Defenisi Operasional dan Indikator

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Locus of Control Internal (X1)	Keyakinan responden bahwa keberhasilan usahanya ditentukan oleh usaha, kemampuan, dan keputusan sendiri, bukan oleh faktor eksternal seperti nasib atau keberuntungan.	1. Keyakinan bahwa kerja keras menentukan keberhasilan usaha 2. Kemampuan mengatasi masalah usaha sendiri 3. Keyakinan bahwa kegagalan disebabkan oleh kurangnya usaha 4. Keterampilan perencanaan usaha 5. Keyakinan bahwa usaha sendiri lebih menentukan masa depan dibandingkan bantuan orang lain 6. Kemampuan mengendalikan emosi dan tetap optimis saat usaha mengalami penurunan
Efikasi Kolektif (X2)	Keyakinan bersama dalam kelompok perempuan pengolah hasil pertanian bahwa mereka mampu secara kolektif mengorganisasi diri,	1. Keyakinan kelompok mampu menyelesaikan masalah bersama 2. Kekompakan anggota dalam menjalankan usaha 3. Kemampuan berbagi pengetahuan dan keterampilan antar anggota

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kemampuan Pemasaran Digital (X3)	berbagi tugas, dan mencapai tujuan usaha bersama.	4. Keterlibatan aktif seluruh anggota dalam pengambilan keputusan kelompok 5. Kepercayaan bahwa kelompok mampu mencapai target usaha yang telah disepakati bersama 6. Kemampuan kelompok dalam mengatasi konflik internal yang menghambat usaha.
	Kemampuan responden dalam memanfaatkan teknologi digital dan platform online untuk mempromosikan, memasarkan, serta menjual produk olahan pertanian.	1. Kemampuan menggunakan media sosial (WhatsApp, Facebook, Instagram) untuk promosi 2. Kemampuan menggunakan marketplace (Shopee, Tokopedia) atau e-commerce sederhana 3. Kemampuan membuat konten digital (foto, video) produk 4. Kemampuan berinteraksi dengan pelanggan secara online 5. Kemampuan menggunakan aplikasi keuangan digital (QRIS, e-wallet) untuk transaksi penjualan 6. Kemampuan menganalisis pesaing dan tren pasar melalui platform digital.
Keberhasilan Usaha (Y)	Tingkat pencapaian tujuan usaha yang tidak hanya diukur dari aspek finansial tetapi juga aspek non-finansial yang sesuai dengan karakteristik perempuan pengolah hasil pertanian pedesaan.	1. Peningkatan omzet/penjualan (finansial) 2. Kemampuan memenuhi kebutuhan keluarga dari hasil usaha (kesejahteraan) 3. Keberlanjutan usaha (tidak bangkrut/tutup) 4. Kepuasan pribadi atas pencapaian usaha (kemandirian) 5. Pengakuan dari keluarga, kelompok, dan masyarakat sekitar 6. Kemampuan menyerap tenaga kerja dari lingkungan sekitar (dampak sosial).

Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS). Dalam penelitian ini, pengujian keabsahan dilakukan melalui uji outer model dan inner model.

1. Evaluasi Model Pengukuran Atau *Outer Model*

Evaluasi *outer model* bertujuan menilai validitas dan reliabilitas model pengukuran untuk indikator reflektif melalui serangkaian pengujian sesuai standar terbaru Hair et al. (2022) dan Hair et al. (2024), yang mencakup: (1) validitas konvergen melalui *outer loading* (nilai yang direkomendasikan $> 0,70$, meskipun $0,50-0,60$ masih dapat diterima pada tahap pengembangan skala) dan *Average Variance Extracted* ($AVE > 0,50$) yang mengukur sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk saling berkorelasi; (2) validitas diskriminan melalui *Heterotrait-Monotrait Ratio* ($HTMT < 0,90$ untuk konstruk yang secara konseptual serupa dan $< 0,85$ untuk konstruk yang berbeda) dan *cross loading* di mana nilai *loading* indikator pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan konstruk lainnya; (3) reliabilitas melalui *Composite Reliability* ($CR > 0,70$) dan *Cronbach's Alpha* ($> 0,60$ untuk penelitian eksploratori atau $> 0,70$ untuk penelitian konfirmatori) untuk mengukur konsistensi internal indikator-indikator dalam mengukur suatu konstruk; serta (4) evaluasi *collinearity* melalui *Variance Inflation Factor* ($VIF < 5,0$, idealnya $< 3,0$) untuk memastikan tidak adanya masalah multikolinearitas yang dapat mengganggu estimasi model struktural.

2. Evaluasi Model Struktural Atau *Inner Model*

Evaluasi *inner model* atau model struktural bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dan menilai kebaikan model struktural sesuai standar terbaru Hair et al. (2022) dan Hair et al. (2024), yang mencakup: (1) nilai *R-Square* (R^2) yang menunjukkan seberapa besar variabel independen (eksogen) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (endogen), dengan kategori kuat ($\geq 0,75$), moderat ($\geq 0,50$), dan lemah ($\geq 0,25$) (Hair et al., 2022); (2) uji *f-Square* (f^2) atau *effect size* yang mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan kriteria $0,02-0,15$ = efek kecil, $0,15-0,35$ = efek medium, dan $\geq 0,35$ = efek besar (Sarstedt et al., 2017); (3) nilai *Q-Square* (Q^2) atau *predictive relevance* yang mengukur seberapa baik model mampu memprediksi nilai variabel endogen secara out-of-sample, dengan nilai $Q^2 > 0$ mengindikasikan model memiliki *predictive relevance* yang baik (Hair et al., 2022); (4) uji signifikansi menggunakan prosedur *bootstrapping* untuk menguji pengaruh variabel laten independen terhadap dependen melalui *path coefficient*, dengan nilai *t-statistik* $> 1,645$ (*p-value* $< 0,05$) pada tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2022); serta (5) nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) yang mengukur tingkat kesesuaian model secara keseluruhan (*model fit*), dengan nilai SRMR yang baik adalah $< 0,10$ atau idealnya $< 0,08$, di mana nilai yang lebih rendah mengindikasikan model yang lebih sesuai dengan data

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data di lapangan, berikut adalah ringkasan karakteristik demografi usaha perempuan pengolah hasil pertanian di Kabupaten Pidie dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.
 Karakteristik Responden

Karakteristik	Gambaran Umum
Lokasi	Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie, Provinsi Aceh
Sektor Basis	Pertanian, Kehutanan, Perikanan (LQ = 1,39)
Komoditas Unggulan	Pisang (produktivitas 143.136 ton/tahun) , Kakao
Usia Produktif	25-55 tahun (didominasi usia 25-40 tahun)
Tingkat Pendidikan	Mayoritas tamat SD/ sederajat ke bawah
Kelembagaan	Tergabung dalam Kelompok Wanita Tani (KWT)
Sumber Bahan Baku	Kebun sendiri (Padang Tiji), petani mitra, pasar tradisional
Pemanfaatan Digital	Masih terbatas (WhatsApp Business paling umum, marketplace jarang)

Sumber: Data Primer.2026

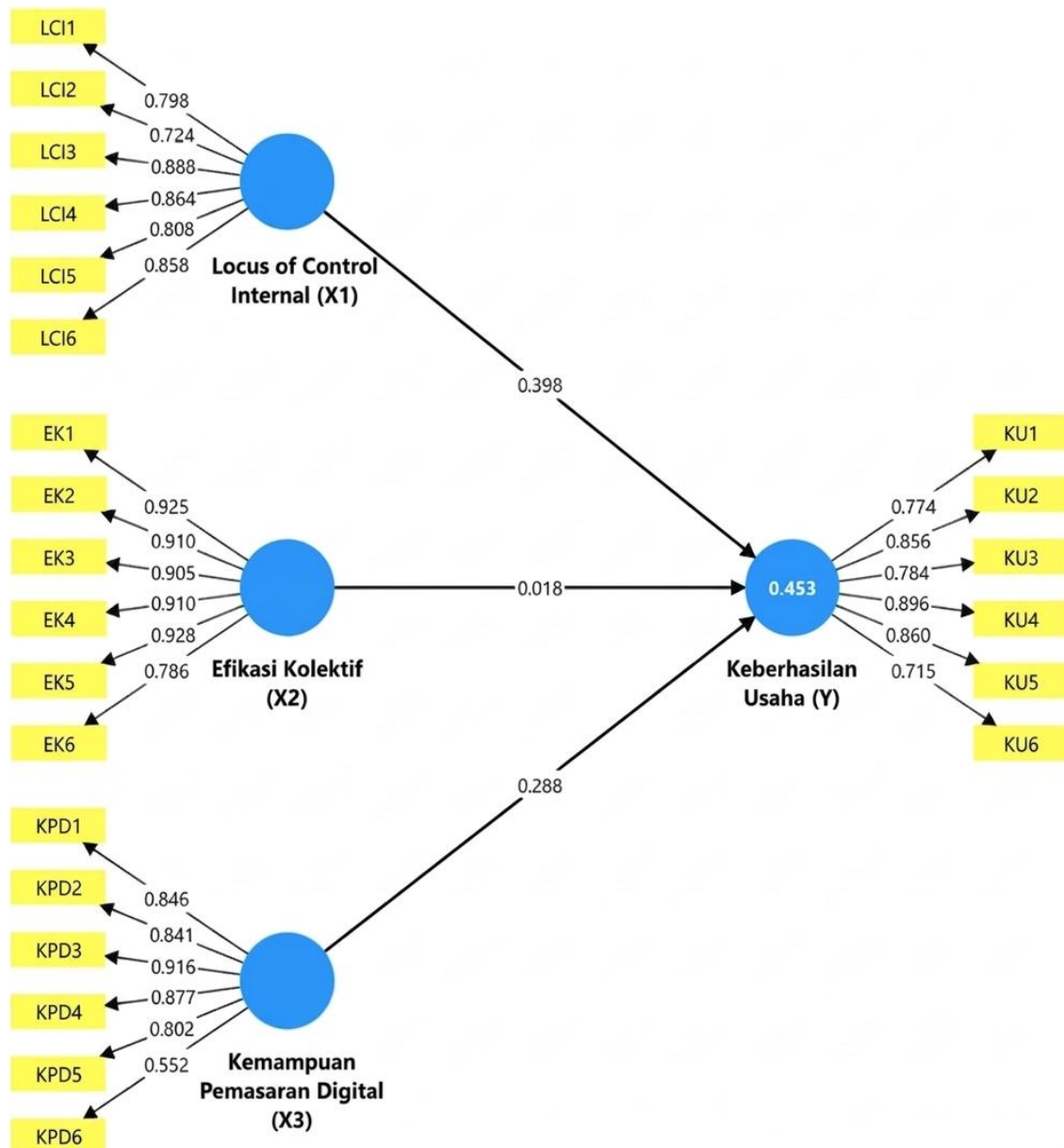
Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie, Provinsi Aceh, yang memiliki sektor basis pertanian, kehutanan, dan perikanan dengan nilai Location Quotient (LQ) sebesar 1,39, serta komoditas unggulan berupa pisang dengan produktivitas mencapai 143.136 ton per tahun dan kakao. Responden dalam penelitian ini adalah perempuan pengolah hasil pertanian yang berada pada usia produktif 25-55 tahun, dengan dominasi usia 25-40 tahun, namun mayoritas memiliki tingkat pendidikan tamat SD/ sederajat ke bawah. Sebagian besar responden tergabung dalam Kelompok Wanita Tani (KWT) sebagai wadah kelembagaan, dengan sumber bahan baku yang diperoleh dari kebun sendiri (terutama dari wilayah Padang Tiji), petani mitra, maupun pasar tradisional. Dalam hal pemanfaatan teknologi digital, responden masih tergolong terbatas, di mana WhatsApp Business menjadi platform paling umum digunakan, sementara pemanfaatan marketplace seperti Shopee atau Tokopedia masih jarang dilakukan.

a. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian outer model dilakukan untuk mengukur sejauh mana indikator mampu merepresentasikan variabel laten yang diteliti melalui prosedur PLS Algorithm. Pada tahap ini, analisis berfokus pada pengujian validitas dan reliabilitas konstruk guna memastikan bahwa setiap indikator dapat mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Dalam penelitian ini terdapat empat model pengukuran matematis yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikator-

indikator penyusunnya. Adapun keempat model pengukuran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Locus of Control Internal | : LCI1, LCI2, LCI3, LCI4, LCI5, LCI6 |
| 2. Efikasi Kolektif | : EK1, EK2, EK3, EK4, EK5, EK6 |
| 3. Kemampuan Pemasaran Digital | : KPD1, KPD2, KPD3, KPD4, KPD5, KPD6 |
| 4. Keberhasilan Usaha | : KU1, KU2, KU3, KU4, KU5, KU6 |



Gambar 1

Nilai *coefficient path*

Berdasarkan model pengukuran yang ditampilkan serta nilai *loading factor* yang disajikan pada gambar, dapat diketahui bahwa seluruh variabel laten dinyatakan valid, karena masing-masing indikator memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70. Hasil model yang ada dapat digunakan selanjutnya karena memenuhi standar dengan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) > 0,5, *Cronbach's Alpha* > 0,6, dan *Composite Reliability* > 0,6.

Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang diteliti. Nilai AVE, *Cronbach's Alpha*, dan *Composite Reliability* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Nilai AVE, *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*

Variabel Laten	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (Rho_A)	Composite Reliability (Rho_C)	Average Variance Extracted	Keterangan
LCI	0.906	0.918	0.927	0.681	Valid
EK	0.950	0.951	0.960	0.802	Valid
KPD	0.892	0.906	0.921	0.664	Valid
KU	0.900	0.912	0.923	0.667	Valid

Sumber: Data Primer, 2026

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel laten dalam penelitian ini mampu mengukur konstruk penelitian secara konsisten dan dapat diandalkan, sehingga layak digunakan dalam pengujian model selanjutnya.

a. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel laten dalam penelitian melalui pengujian nilai *R-Square* dan uji t-statistik. Hasil pengujian nilai *R-Square* dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4
Nilai *R-Square* and *R-Square Adjusted* Penelitian

Variabel Laten	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>	Keterangan
Keberhasilan Usaha (KU)	0.453	0.439	Pengaruh Sedang (Moderat)

Sumber: Data Primer, 2026

Berdasarkan tabel di atas, nilai *R-Square* variabel laten Keberhasilan Usaha sebesar 0,453 yang menunjukkan bahwa variabel independen (eksogen) yaitu *Locus Of Control Internal*, Efikasi Kolektif dan Kemampuan Pemasaran Digital secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel dependen (endogen) yaitu Keberhasilan Usaha sebesar 45,3%, sedangkan sisanya sebesar 54,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan gambar 1, diperoleh nilai *coefficient path* antar variabel atau nilai pengaruh secara langsung masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. *Locus Of Control Internal* (X1) memiliki kontribusi atau berpengaruh secara langsung terhadap Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 0,398, sedangkan Efikasi Kolektif (X2) memiliki kontribusi atau berpengaruh secara langsung terhadap Keberhasilan Usaha (Y) sebesar

0,018, dan Kemampuan Pemasaran Digital (X3) berpengaruh secara langsung terhadap Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 0,288.

Suatu koefisien dinyatakan signifikan apabila nilai t-statistik lebih besar dari nilai kritis yang telah ditentukan. Pada tingkat signifikansi 5%, batas nilai yang umum digunakan adalah t-statistik $> 1,645$ serta didukung oleh nilai p-value $< 0,05$. Apabila kedua kriteria tersebut terpenuhi, maka hipotesis yang diajukan dapat diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5
Hasil Uji t

Hipotesis	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
LCI -> KU	2.722	0.007	Signifikan
EK -> KU	0.118	0.906	Tidak Signifikan
KPD -> KU	1.643	0.100	Tidak Signifikan

Sumber: Data Primer, 2026

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel di atas, diketahui bahwa variabel *Locus Of Control Internal* (LCI) terhadap Keberhasilan Usaha (KU) memperoleh nilai *t-statistics* sebesar 2,722 dan nilai *p-values* sebesar 0,007. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *locus of control* internal berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin kuat keyakinan internal perempuan dalam mengendalikan nasib usahanya, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha yang dicapai. Perempuan dengan *locus of control* internal yang tinggi cenderung lebih adaptif dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku dan perubahan permintaan pasar, karena mereka meyakini bahwa upaya dan strategi yang mereka terapkan akan menentukan hasil usaha, bukan faktor eksternal seperti keberuntungan atau nasib. Keyakinan ini mendorong mereka untuk lebih percaya diri dalam mengambil keputusan bisnis, seperti menentukan jenis produk yang akan diolah, menetapkan harga jual, serta memilih saluran pemasaran yang tepat, tanpa harus bergantung sepenuhnya pada pihak lain. Selain itu, perempuan dengan *locus of control* internal yang tinggi juga lebih mampu menghadapi risiko usaha, karena mereka memandang kegagalan sebagai akibat dari kurangnya usaha atau strategi yang kurang tepat, sehingga mereka cenderung belajar dari pengalaman dan memperbaiki pendekatan bisnisnya, bukan menyalahkan faktor eksternal. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (Sulphrey & Klepek, 2024), di mana keyakinan akan kemampuan diri diwujudkan dalam tindakan nyata seperti pengelolaan keuangan yang disiplin, peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan, dan pengembangan jaringan pemasaran yang lebih luas. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Latiyan et al. (2024) yang menemukan bahwa *locus of control* merupakan prediktor terkuat terhadap orientasi kewirausahaan

pada perempuan, serta penelitian Setiawan dan Suhendah (2016) yang menunjukkan bahwa *locus of control* internal mendorong strategi operasional yang lebih proaktif dan pada akhirnya meningkatkan kinerja UMKM. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis internal individu merupakan determinan yang lebih dominan dibandingkan dengan faktor eksternal dalam mendorong keberhasilan usaha perempuan pengolah hasil pertanian di pedesaan.

Variabel Efikasi Kolektif (EK) terhadap Keberhasilan Usaha (KU) memperoleh nilai *t-statistics* sebesar 0,118 dan nilai *p-values* sebesar 0,906. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa efikasi kolektif tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie. Temuan ini mengindikasikan bahwa keyakinan bersama dalam kelompok bahwa mereka mampu secara kolektif mencapai tujuan usaha ternyata belum cukup untuk mendorong peningkatan keberhasilan usaha secara nyata. Hal ini disebabkan oleh adanya kesenjangan antara keyakinan kolektif dengan kapasitas operasional aktual yang dimiliki kelompok. Meskipun anggota kelompok memiliki keyakinan yang kuat bahwa mereka dapat bekerja sama dan saling mendukung, namun dalam praktiknya mereka masih menghadapi keterbatasan akses terhadap modal, teknologi produksi, dan pasar yang tidak dapat diatasi hanya dengan modal sosial atau psikologis semata. Selain itu, hambatan struktural dan sistemik seperti norma gender yang masih kuat di masyarakat Aceh turut mempengaruhi efektivitas kerja kelompok. Dalam banyak kasus, keputusan strategis dalam usaha masih didominasi oleh suami atau tokoh masyarakat, sehingga partisipasi aktif perempuan dalam kelompok belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi tindakan kolektif yang berdampak pada peningkatan usaha. Temuan ini sejalan dengan studi Ashby et al. (2024) di Jharkhand, India yang menunjukkan bahwa manfaat partisipasi perempuan dalam organisasi produsen masih sangat heterogen karena norma gender dan akses sumber daya yang tidak setara. Demikian pula, laporan WBCSD (2023) tentang *agripreneur* perempuan Indonesia mengidentifikasi bahwa hambatan kepemilikan aset atas nama laki-laki dan beban kerja ganda yang dihadapi perempuan menghambat efektivitas kerja kolektif dalam meningkatkan usaha. Dengan demikian, keberadaan kelompok dan keyakinan kolektif saja tidak cukup untuk menjamin keberhasilan usaha jika tidak didukung oleh akses yang setara terhadap sumber daya produktif dan perubahan struktur sosial yang lebih adil.

Selain itu, variabel Kemampuan Pemasaran Digital (KPD) terhadap Keberhasilan Usaha (KU) memperoleh nilai *t-statistics* sebesar 1,643 dan nilai *p-values* sebesar 0,100. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kemampuan pemasaran digital tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun perempuan memiliki pengetahuan atau keterampilan dasar dalam menggunakan platform digital seperti WhatsApp Business, namun kemampuan tersebut belum mampu mendorong peningkatan keberhasilan usaha secara signifikan. Hal ini disebabkan oleh kesenjangan struktural antara kompetensi digital dan implementasinya

di lapangan. Sebagian besar responden masih terkendala oleh keterbatasan infrastruktur digital seperti jaringan internet yang tidak stabil di wilayah pedesaan, keterbatasan perangkat yang memadai, serta biaya akses data yang relatif mahal. Di samping itu, mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan yang rendah (tamat SD ke bawah), sehingga mereka menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan fitur-fitur pemasaran digital yang lebih kompleks seperti pembuatan konten visual yang menarik, pengelolaan *marketplace*, atau analisis tren pasar secara digital. Lebih jauh lagi, teori *gendered digital divide* dari Marques, Mitozo, dan Massuchin (2020) menjelaskan bahwa perbedaan gender berperan sebagai penghambat akses dan penggunaan media digital. Di Aceh, norma sosial yang masih kuat menganggap teknologi sebagai ranah maskulin, sehingga perempuan menghadapi hambatan tambahan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hal ini diperparah dengan beban kerja ganda yang dihadapi perempuan, di mana waktu mereka terbagi antara urusan rumah tangga dan usaha, sehingga menyisakan sedikit waktu untuk mempelajari dan mengadopsi teknologi digital secara mendalam. Temuan ini sejalan dengan penelitian Bahri et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital oleh perempuan pengolah hasil pertanian di Aceh masih sangat terbatas dan belum berdampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Dengan demikian, kemampuan pemasaran digital saja tidak cukup untuk mendorong keberhasilan usaha jika tidak didukung oleh infrastruktur yang memadai, peningkatan literasi digital yang berkelanjutan, dan perubahan norma sosial yang lebih mendukung partisipasi perempuan dalam teknologi digital.

4. Kesimpulan

1. Locus of Control Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie. Hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,398, nilai t-statistics (2,722) > 1,645, dan p-values (0,007) < 0,05. Keyakinan bahwa keberhasilan ditentukan oleh usaha sendiri mendorong perilaku proaktif dalam pengelolaan keuangan, peningkatan kualitas produk, dan pengembangan jaringan pemasaran.
2. Efikasi Kolektif tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie. Hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung yang sangat kecil yaitu **0,018**, nilai t-statistics (0,118) < 1,645, dan p-values (0,906) > 0,05. Ketidaksignifikanan ini disebabkan oleh kesenjangan antara keyakinan kolektif dengan kapasitas operasional aktual, serta hambatan struktural seperti norma gender dan akses sumber daya.
3. Kemampuan Pemasaran Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie. Meskipun memiliki nilai pengaruh langsung sebesar **0,288**,

hasil uji hipotesis menunjukkan t-statistics (1,643) < 1,645 dan p-values (0,100) > 0,05 sehingga dinyatakan tidak signifikan. Penyebabnya adalah kesenjangan struktural dan kesenjangan digital berbasis gender, di mana teknologi masih dianggap sebagai ranah maskulin (terutama di Aceh).

4. Secara bersama-sama, ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha perempuan pengolah hasil pertanian di Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie dengan kontribusi masing-masing: *Locus of Control Internal* (0,398), Efikasi Kolektif (0,018), dan Kemampuan Pemasaran Digital (0,288). Namun, berdasarkan uji hipotesis parsial, hanya Locus of Control Internal yang terbukti berpengaruh signifikan, sementara Efikasi Kolektif dan Kemampuan Pemasaran Digital tidak signifikan. Dengan demikian, keberhasilan usaha lebih ditentukan oleh faktor internal individu (*locus of control internal*) dibandingkan dengan faktor kolektif atau kemampuan digital semata.

Daftar Pustaka

- Ameridyani, A., Tokito, M., & Saizen, I. (2025). Towards community-driven rural development: Path of women group in empowering rural Women's capacities and role in rural development. *World Development Perspectives*, 39, 100700. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2025.100700>
- Ashby, J. A., Polar, V., Bonaiuti, E., Bikketti, E., & Belcher, B. (2024). *Genetic innovation gender strategy*. CGIAR. <https://doi.org/10.4160/cip.2024.04.005>
- Bahri, S., Maulana, A., & Razali, M. (2024). Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan kuliner berbasis digital di Kota Sigli, Kabupaten Pidie. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Aceh*, 8(2), 112–125.
- Faaizah, A. S. (2023). *Pemberdayaan ekonomi perempuan melalui Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Perdesaan di Desa Mranak Kecamatan Wonotunggal Kabupaten Batang* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang]. <https://eprint.walisongo.ac.id/id/eprint/20307/>
- Ghozali, I. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 (edisi ke-2)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Latiyan, A., Ghai, S., Mishra, A. K., & Kahera, R. (2024). Enhancing entrepreneurial orientation among women: A multi regression approach. *Journal of Reliability and Statistical Studies*, 17(1), 137–156. <https://doi.org/10.13052/jrss0974-8024.1716>

- Marques, F. P. J., Mitozo, I., & Massuchin, M. G. (2020). Digital divide. In K. Ross, I. Bachmann, V. Cardo, S. Moorti, & M. Scarcelli (Eds.), *The international encyclopedia of gender, media, and communication*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119429128.iegmc061>
- Setiawan, F. A., & Suhendah, R. (2016). Pengaruh locus of control terhadap strategi operasional dan kinerja UMKM di Kabupaten Muna Propinsi Sulawesi Tenggara dengan lingkungan sebagai variabel moderator. *Jurnal Ekonomi*, 21(2), 248-268. <https://doi.org/10.24912/je.v21i2.165>
- Sulphey, M. M., & Klepek, M. (2024). A study on the antecedents of individual entrepreneurship orientation of female students: An examination using structural equation modeling. *SAGE Open*, 14(2). <https://doi.org/10.1177/21582440241249752>
- Widarjono, A. (2015). *Ekonometrika : Pengantar dan Aplikasinya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN