

**STUDI DESKRIPTIF *LEARNING AGILITY* PADA
DIVISI MARKETING RETAIL KONVEKSI
BERSKALA UMKM**

SKRIPSI



OLEH:

Kezia Natania Thio

NRP 7103021048

Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2025

**STUDI DESKRIPTIF *LEARNING AGILITY* PADA
DIVISI MARKETING RETAIL KONVEKSI
BERSKALA UMKM**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
untuk memenuhi Sebagian persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Psikologi



OLEH:

Kezia Natania Thio

NRP 7103021048

Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2025

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini, saya:

Nama : Kezia Natania Thio

NRP : 7103021048

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

STUDI DESKRIPTIF LEARNING AGILITY PADA DIVISI MARKETING RETAIL KONVEKSI BERKSKALA UMKM

Laporan yang saya tulis di bawah merupakan benar-benar pekerjaan saya sendiri dan tidak ada rekayasa dari pihak manapun. Apabila selanjutnya terdapat tanda-tanda bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiarism atau terdapat manipulasi data, saya bersedia mendapatkan sanksi berupa pencabutan gelar dan gelar yang diperoleh, serta menyampaikan permintaan maaf pada pihak-pihak yang bersangkutan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, dan dinyatakan dengan penuh kesadaran dalam membuatnya,

Surabaya, 15 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,



Kezia Natania Thio

7103021048

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan yang ada, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Kezia Natania Thio

NRP : 7103021048

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya yang berjudul:

STUDI DESKRIPTIF *LEARNING AGILITY* PADA DIVISI MARKETING RETAIL KONVEKSI BERSKALA UMKM

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,



Kezia Natania Thio

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STUDI DESKRIPTIF LEARNING AGILITY PADA DIVISI MARKETING
RETAIL KONVEKSI BERSKALA UMKM**

Oleh:

Kezia Natania Thio

NRP 7103021048

Telah dibaca, disetujui, dan diterima untuk diajukan ke tim penguji skripsi

Pembimbing : Dr. Desak Nyoman Arista Retno Dewi, M.Psi., Psikolog



NIDN : 0726108203

Email : desakdewi@ukwms.ac.id

Surabaya, 15 Mei 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Studi Deskriptif *Learning Agility* pada Divisi Marketing Retail Konveksi Berskala UMKM” oleh Kezia Natania Thio (7103021048) telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Pada tanggal 15 Mei 2025

Mengesahkan

Fakultas Psikologi,



Agnes Maria Sumargi, Ph.D., Psikolog

Dewan Penguji :

1. Ketua : Yuni Apsari, M. Si., Psikolog

2. Sekretaris : Eli Prasetyo, M.Psi., Psikolog

3. Anggota : Dr. Ermida L. Simanjuntak, M.Sc., M.Psi., Psikolog

4. Anggota : Dr. Desak Nyoman Arista Retno Dewi, M.Psi., Psikolog

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penelitian ini dipersembahkan kepada:

Tuhan Yesus Kristus

Orang tua, Seluruh Dosen Fakultas Psikologi, seluruh sahabat-sahabat yang menyemangati dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, dan seluruh marketing retail konveksi berskala UMKM.

HALAMAN MOTTO

“Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia”

-Kolose 3: 23-

“Tetapi apabila di antara kamu ada yang kekurangan hikmat, hendaklah ia memintakannya kepada Allah yang memberikan kepada semua orang dengan murah hati dan tidak membangkit-bangkit, maka hal itu akan diberikan kepadanya”

-Yakobus 1:5-

“I can do all this through Jesus who gives me strength”

-Philippians 4:13-

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa karena selalu menyertai dan menolong bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penelitian ini bukan hanya usaha dan kekuatan peneliti tetapi karena penyertaan Tuhan dan seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu penelitian skripsi yang berjudul “Studi Deskriptif *Learning Agility* pada Divisi Marketing Retail Konveksi Berskala UMKM”. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena selalu menyertai, menolong, dan memberikan kekuatan bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian dengan baik.
2. Ibu Agnes Maria Sumargi, G.Dip.Ed., M.Psych., Ph.D. Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan berbagai dukungan dan bantuan selama proses perkuliahan.
3. Ibu Dr. Desak Nyoman Arista Retno Dewi, M.Psi., Psikolog dan Bapak Andhika Alexander Repi, M. Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing yang membantu, membimbing, mengarahkan dan membagikan ilmunya selama proses penelitian.
4. Ibu Dr. Ermida L. Simanjuntak, M.Sc., M.Psi., Psikolog dan Florentina Yuni Apsari, M. Si., Psikolog selaku dosen penguji yang telah memberikan saran-saran agar penelitian ini menjadi lebih baik.
5. Segenap Dosen Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang membantu selama proses perkuliahan.
6. Papa dan Mama selaku orang tua peneliti yang telah berperan besar selama proses perkuliahan. Terima kasih papa dan mama yang sudah membiayai, menyemangati, menguatkan, mendoakan, dan membantu dalam proses perkuliahan dan penelitian ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
7. 4 meme (Aili, Nicole, Aijing, dan Hillary) saya yang selalu support, memberikan semangat, dan mendoakan selama perkuliahan dan penelitian.

8. Terima kasih pada seluruh subjek penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan informasi, serta berpartisipasi dengan penuh kesediaan dan keikhlasan dalam penelitian ini.
9. Michael yang selalu menemani, membantu, menyemangati, menguatkan, mengarahkan, berdiskusi, serta mendengarkan keluh kesah selama perkuliahan dan penelitian
10. Sahabat “mlekmink” (Ruth jenny, Ruth Lerista, Aurora Jessica, Naomi Betty) yang selalu memberikan semangat, mempedulikan, menguatkan, membantu, memberikan dukungan emosional, memahami, serta mendengarkan keluh kesah selama perkuliahan dan penelitian.
11. Jesslyn Azaria, Kristina Agnes, dan Britney Verine selaku teman perkuliahan yang selalu membantu dalam penelitian ini, memberikan support, membagikan ilmu dan saran.

DAFTAR ISI

COVER.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan masalah	12
1.3. Rumusan masalah.....	12
1.4. Tujuan penelitian.....	12
1.5. Manfaat penelitian.....	12
1.5.1. Manfaat teoritis	12
1.5.2. Manfaat praktis.....	12
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI	14
2.1. Learning agility	14
2.1.1. Definisi learning agility.....	14
2.1.2. Dimensi-dimensi learning agility	14
2.1.3. Karakteristik learning agility.....	15
2.1.4. Faktor-Faktor yang mempengaruhi terbentuknya learning agility.....	15

2.2. Marketing retail konveksi berskala UMKM	16
2.2.1. Marketing	16
2.2.2. Retail konveksi.....	17
2.2.3. UMKM.....	18
2.2.4. Divisi marketing UMKM.....	19
2.3. Learning Agility Dengan Divisi Marketing Retail Konveksi Berskala UMKM	20
METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Identifikasi Variabel Penelitian	23
3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian	23
3.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	23
3.3.1. Populasi	23
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.4. Metode Pengumpulan Data	24
3.4.1 Learning Agility	24
3.5. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	25
3.5.1 Validitas.....	25
3.5.2 Reliabilitas.....	26
3.6. Teknik Analisis Data	26
3.7. Etika Penelitian	28
BAB IV	29
PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN.....	29
4.1. Orientasi Kancan Penelitian.....	29
4.2. Persiapan Pengambilan Data.....	30
4.2.1. Kajian Pustaka.....	30
4.2.2. Perizinan Peminjaman Alat Ukur.....	30
4.2.3. Persiapan Alat Ukur	30
4.2.4. Perizinan Penelitian.....	31
4.3. Pelaksanaan Penelitian	31
4.4. Hasil Penelitian	32
4.4.1. Uji Validitas.....	32
4.4.2. Uji Reliabilitas	32
4.4.3. Hasil Analisis Data.....	33
4.4.4. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	35
BAB V.....	51

PENUTUP.....	51
5.1. Bahasan	51
5.2. Kesimpulan	57
5.3. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Blue Print Skala Learning Agility	25
Tabel 4. 1 Jumlah Item Valid pada Skala Learning Agility.....	32
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Level Jabatan	33
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	34
Tabel 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4. 5 Jumlah Responden Berdasarkan Masa Bekerja	35
Tabel 4. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4. 7 Tabel Kategorisasi	36
Tabel 4. 8 Batas Kategorisasi Learning Agility	37
Tabel 4. 9 Kategorisasi Learning Agility	37
Tabel 4. 10 Batasan nilai kategorisasi mental agility	39
Tabel 4. 11 Batasan nilai kategorisasi people agility	41
Tabel 4. 12 Batasan nilai kategorisasi change agility	43
Tabel 4. 13 Batasan nilai kategorisasi results agility	44
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi learning agility Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi learning agility Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi learning agility Berdasarkan Level Jabatan.....	47
Tabel 4. 17 Distribusi Frekuensi learning agility Berdasarkan Tingkat Pendidikan...	48
Tabel 4. 18 Distribusi Frekuensi learning agility Berdasarkan Masa Kerja	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pie chart Hasil Preliminary Research.....	9
Gambar 1. 2 Pie chart Hasil Preliminary Research.....	10
Gambar 4. 1 Kategorisasi Learning Agility.....	38
Gambar 4. 2 Kategorisasi berdasarkan dimensi mental agility	40
Gambar 4. 3 Kategorisasi berdasarkan dimensi people agility	41
Gambar 4. 4 Kategorisasi berdasarkan dimensi change agility	43
Gambar 4. 5 Kategorisasi berdasarkan dimensi results agility	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Demografi Subjek Penelitian	62
Lampiran 2: Coding Skala Learning Agility.....	72
Lampiran 3: Validitas dan Reliabilitas Skala Learning Agility	83
Lampiran 4: Hasil Kategorisasi	84
Lampiran 5: Perizinan Alat Ukur Learning Agility.....	86

Kezia Natania Thio (2025). “Studi Deskriptif *Learning Agility* pada Divisi Marketing Retail Konveksi Berskala UMKM”. **Skripsi Sarjana Strata 1.** Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

ABSTRAK

Dalam menghadapi dinamika industri yang semakin kompleks dan cepat berubah, kemampuan individu untuk belajar secara adaptif menjadi semakin penting, khususnya dalam sektor pemasaran yang sangat dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen dan tren pasar. *Learning agility*, atau kelincahan dalam belajar, merupakan salah satu kompetensi kunci yang memungkinkan individu untuk berkembang melalui pengalaman, beradaptasi dengan perubahan, serta menghadapi tantangan baru secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat *learning agility* secara deskriptif kuantitatif pada karyawan bagian pemasaran di industri retail konveksi berskala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarluaskan secara daring menggunakan *google form*. Konsep *learning agility* dalam penelitian ini mengacu pada teori Gravett dan Caldwell, yang mencakup empat dimensi utama, yaitu *mental agility*, *people agility*, *change agility*, dan *results agility*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam kategori *learning agility* yang sangat tinggi, dengan 92 responden (53,8%). Pada setiap dimensi *learning agility*, sebagian besar responden juga memperoleh skor yang sangat tinggi, yang mengindikasikan kemampuan adaptasi, pembelajaran dari pengalaman, serta kesiapan dalam menghadapi tantangan baru yang sangat baik di lingkungan kerja retail konveksi. Analisis lebih lanjut berdasarkan data demografis (usia, jenis kelamin, level jabatan, pendidikan terakhir, dan masa kerja) juga menunjukkan bahwa mayoritas responden dari masing-masing kategori memiliki tingkat *learning agility* yang sangat tinggi. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa *learning agility* merupakan kompetensi kunci bagi karyawan pemasaran dalam industri retail konveksi, karena berperan penting dalam mendukung keberhasilan individu maupun perkembangan organisasi dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

Kata Kunci: *learning agility*, pemasaran, UMKM, industri retail konveksi, adaptasi, pengalaman belajar

Kezia Natania Thio (2025). “ *Descriptive Study of Learning Agility in UMKM-Scale Convection Retail Division Marketing*”. **Undergraduate Thesis.** Faculty of Psychology, Widya Mandala Surabaya Catholic University.

ABSTRACT

In the face of increasingly complex and rapidly changing industry dynamics, the ability of individuals to learn adaptively has become increasingly important, particularly in the marketing sector, which is highly influenced by shifts in consumer behavior and market trends. Learning agility is a key competency that enables individuals to grow through experience, adapt to change, and effectively face new challenges. This study aims to identify the level of learning agility through a descriptive quantitative approach among marketing employees in the small and medium-scale garment retail industry (MSMEs). The research employed a descriptive quantitative method, with data collected via an online questionnaire distributed through Google Forms. The concept of learning agility used in this study refers to the theory proposed by Gravett and Caldwell, which includes four main dimensions: mental agility, people agility, change agility, and results agility. The findings show that the majority of respondents fall into the very high category of learning agility, with 92 respondents (53.8%). In each dimension of learning agility, most respondents also scored very high, indicating strong adaptive abilities, learning from experience, and readiness to face new challenges in the garment retail work environment. Further analysis based on demographic variables (age, gender, job level, education, and years of service) also revealed that the majority of respondents in each category possessed a very high level of learning agility. These findings reinforce the view that learning agility is a critical competency for marketing employees in the garment retail industry, as it plays an essential role in supporting both individual success and organizational development in navigating fast-changing market dynamics.

Keywords: *learning agility, marketing, MSMEs, garment retail industry, adaptability, experiential learning*