
Analisis *Adversity Quotient* Wirausaha UMKM Industri Kreatif di Era Pandemi Covid di DKI Jakarta

Ati Cahayani¹ dan Aristo Surya Gunawan²

^{1,2} Program Studi Administrasi Bisnis, Unika Atma jaya
Jalan Jenderal Sudirman Kav 51, Jakarta, Indonesia, 12930

Correspondence: Ati Cahayani (ati.cahayani@atmajaya.ac.id)

Received: 15 08 21 – Revised: 18 08 21 - Accepted: 04 09 21 - Published: 28 09 21

Abstrak. Wirausaha, khususnya pemilik UMKM, dalam bidang industri apa pun sering kali menghadapi ketidakpastian dalam menjalankan bisnisnya. Tetapi di era Pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, tingkat ketidakpastian sangat tinggi, dan bahkan terjadi disrupsi dalam berbagai bidang. Situasi yang sangat tidak pasti ini menuntut adanya kecerdasan dalam menghadapi masalah atau kesulitan, atau biasa disebut sebagai *adversity quotient*. Penelitian ini mengkaji *adversity quotient* yang dimiliki oleh wirausaha UMKM khususnya untuk industri kreatif di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik penentuan informan dilakukan dengan teknik purposif dan convenient. Data yang didapat dianalisis dengan teknik analisis konten. Adapun hasil analisis penelitian ini adalah, informan yang diwawancarai memiliki *adversity quotient* yang tinggi, di mana mereka tetap berusaha mencari jalan keluar agar bisnis mereka tetap dapat berjalan. Walaupun seluruh informan mengakui mereka mendapat atau menghadapi masalah selama menjalani bisnis, mereka tetap merasa yakin dapat mengatasi masalahnya. Walaupun ada informan yang pernah berganti bisnis, tetapi informan tersebut tidak “kapok” menjadi wirausaha.

Kata kunci: *adversity quotient*, wirausaha, UMKM, industri kreatif.

Citation Format: Cahayani, A., Gunawan, A. S.,(2020). Analisis *Adversity Quotient* Wirausaha UMKM Industri Kreatif di Era Pandemi Covid di DKI Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 01-08

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah berlangsung selama lebih dari 1 tahun. Pandemi ini tidak hanya berdampak pada aspek kesehatan tetapi juga pada aspek ekonomi. Kita banyak membaca berita bahwa pandemi ini telah menyebabkan negara Indonesia mengalami resesi, banyak pemilik usaha yang terpaksa menutup usahanya, dan banyak pula karyawan atau tenaga kerja yang diberhentikan dari pekerjaannya. Data yang dirilis oleh Biro Pusat Statistik/BPS, ekonomi Indonesia di tahun 2020 berkontraksi 2,07% secara *year on year* (Rosana, 2021). Angka ini lebih buruk dari perkiraan Menteri Keuangan Sri Mulyani, yaitu minus 1,7% hingga positif 0,6%. Berdasarkan data dari Biro Pusat Statistik (2020), ada 2.56 juta orang usia kerja di Indonesia yang menjadi pengangguran karena Covid-19 dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena Covid-19 sebanyak 24,03 juta orang.

Sementara itu, hasil survei BPS juga mencatat, ada 84 persen Usaha Menengah Kecil (UMK) yang menurun pendapatannya saat pandemi dan ada 10,1 persen UMK tutup karena terdampak pandemi Covid-19 (Madrim, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa para wirausaha pemilik UMKM pun terkena dampak cukup berat. Banyaknya UMKM yang terdampak Covid-19 membuat target kontribusi UMKM terhadap ekonomi pada 2020 hingga 2024 menjadi tidak dapat terjadi. Sebelum adanya pandemi Covid-19, target untuk kontribusi terhadap PDB nasional di 2020 ditargetkan 61%, dan 2024 ditargetkan mencapai 65% (Nurhaliza, 2020).

Tidak mudah bagi seorang wirausaha untuk tetap dapat bertahan di dunia usaha selama Pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil pengamatan penulis selama awal pandemi, ketika pemerintah Jakarta menerapkan peraturan PSBB di mana tidak boleh ada mall dan pusat perbelanjaan yang buka kecuali untuk toko kebutuhan pokok dan alat kesehatan, restoran/kedai makanan tidak boleh melayani makan di tempat, dan pembatasan jam buka usaha. Berbagai pembatasan itu membuat mulai banyak usaha berbasis daring, baik untuk usaha kuliner maupun nonkuliner, yang memasarkan usahanya baik melalui *marketplace* ataupun melalui media sosial. Selain itu, pemilik usaha mikro tradisional, seperti penjual sayur, banyak yang menawarkan jasa pemesanan dan pengantaran sayur ke rumah pelanggan. *Founder* dan CEO Baba Rafi Enteprise, Hendy Setiono mengatakan pandemi Covid-19 yang membatasi aktivitas masyarakat telah memaksa para pengusaha untuk semakin menerapkan digitalisasi (Amalia, 2021). Menurutnya bahkan tidak cukup dengan *go digital*, namun pelaku bisnis harus menjadi bagian dari bisnis digital (*be digital*) itu

sendiri. Platform omni-channel Genie mencatat telah memproses sebanyak 52 juta pesanan dimana jumlah pesanan tersebut sebanyak 220 kali dari tahun 2019 (Saputra, 2021). Untuk barang yang paling banyak dicari adalah kebutuhan rumah tangga dan tercatat tiga kali lipat secara year on year dibandingkan tahun 2019. Perubahan cara pemilik usaha untuk bisa tetap membuat usahanya berjalan selama pandemi ini membutuhkan suatu sifat pantang menyerah dan selalu berusaha mencari jalan keluar.

Terkait dengan kondisi tersebut, penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang kecerdasan dalam mengatasi hambatan atau masalah, atau dikenal sebagai *adversity quotient*, dari para pemilik usaha atau wirausaha UMKM, khususnya untuk industri kreatif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para fasilitator atau pemberdaya wirausaha UMKM dalam pembinaan wirausaha UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan merupakan penelitian fenomenologi, di mana penelitian dilakukan berdasarkan fenomena unik yang terjadi. Adapun penentuan informan semata-mata berdasarkan yang bersedia dan terbuka untuk diwawancarai (*convenience sampling*), dan memiliki anak buah atau karyawan (*purposive sampling*).

Adversity quotient adalah suatu kemampuan untuk mengubah hambatan menjadi peluang keberhasilan untuk mencapai suatu tujuan (Stoltz, 2007). Dari konsep tersebut terlihat bahwa *adversity quotient* ini sangat diperlukan untuk dapat sukses di dalam hidup. Menurut Stoltz (2007), ada empat dimensi *adversity quotient*, yaitu:

1. *Control* (kendali). Kunci dari dimensi ini adalah merasakan, karena kendali yang dirasakan berdampak pada cara seseorang menanggapi dan menangani kesulitan.
2. *Origin & Ownership* (asal usul dan pengakuan). Asal usul berkaitan dengan rasa bersalah yang mempengaruhi respons individu dalam menghadapi kesulitan yaitu sebagai pembelajaran atau penyesalan. Pengakuan merupakan tingkat kemauan individu untuk mengambil tanggung jawab memperbaiki situasi yang ada, terlepas dari penyebab kesulitan tersebut.
3. *Reach* (jangkauan). Jangkauan menentukan seberapa besar individu merasakan masalahnya dan mengacu pada seberapa jauh individu membiarkan kesulitan mempengaruhi aspek lain dalam kehidupan atau pekerjaannya.

4. *Endurance* (daya tahan). Daya tahan merujuk pada lama waktu yang dirasakan oleh individu untuk bertahan dalam kesulitan.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Control* (kendali). Pada dimensi ini, peneliti berusaha menggali informasi tentang kemampuan informan untuk mengendalikan bisnisnya, kemampuan untuk menduga kesulitan yang akan dihadapi bisnisnya, kemampuan untuk mengatasi kesulitan bisnis tanpa bantuan orang lain, serta keyakinan untuk selesaikan segala kesulitan atau masalah dalam bisnis.
2. *Origin* (asal usul). Pada dimensi ini, peneliti berusaha menggali informasi tentang kemampuan informan dalam menganalisis setiap permasalahan bisnis, dalam menemukan penyebab dari kesulitan bisnis yang dialami, serta dalam mengakui kesalahan yang dilakukan.
3. *Ownership* (pengakuan). Pada dimensi ini, peneliti berusaha menggali kesiapan informan untuk memperbaiki kesalahan dan menerima konsekuensi kegagalan bisnisnya, serta sikap optimis yang dimiliki informan dalam mengatasi kendala atau masalah dalam bisnis.
4. *Reach* (jangkauan). Pada dimensi ini peneliti berusaha menggali pandangan wirausaha atas masalah atau kegagalan bisnis yang mereka hadapi, seperti apakah mereka akan berhenti atau menutup usahanya karena ada kegagalan bisnis.
5. *Endurance* (daya tahan). Pada dimensi ini, peneliti ingin menggali informasi terkait keyakinan informan dalam menyelesaikan permasalahan bisnisnya dan keyakinan informan untuk melalui masa-masa sulit.

Teknik analisis data yang dipergunakan adalah teknik analisis konten, di mana hasil wawancara tidak hanya dianalisis dari apa yang tersurat, tetapi juga dari yang tersirat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melakukan kajian terhadap 15 orang informan dengan rincian, 6 orang wirausaha dalam bidang kuliner, 3 orang wirausaha dalam bidang desain interior, 2 orang wirausaha dalam bidang *fashion*, dan masing-masing 1 orang wirausaha dalam bidang desain produk, kriya, kerajinan, dan seni rupa.

Dari ke-15 informan tersebut, 12 orang informan telah menjadi wirausaha lebih dari 5 tahun. Masa usaha ini tentu saja bukan masa yang singkat dan pasti mereka telah

mengalami banyak hal yang menyenangkan ataupun tidak menyenangkan selama menjalankan bisnis ini.

Dari ke-15 informan tersebut, 7 orang informan memiliki tingkat pendidikan maksimal SMA dan sederajat, sementara 8 orang sisanya memiliki pendidikan minimal akademi (D1, D2 atau D3). Hal ini mengindikasikan bahwa untuk menjadi wirausaha, pendidikan bukanlah syarat utama.

Ke-15 informan tersebut, ada 9 informan yang juga memiliki usaha *online* sejak sebelum pandemi terjadi sehingga saat pandemi terjadi, lebih mudah bagi mereka untuk tetap dapat menjalankan usaha mereka.

Berikut adalah Tabel Kategorisasi Informan yang menggambarkan secara lebih rinci karakteristik informan yang diwawancarai dalam penelitian ini.

Tabel 1 Karakteristik Responden

No.	Nama	Kategori usaha	L/P	Pendidikan	Usia	Lama usaha	Jumlah karyawan	Penjualan online
1	E	kuliner	L	S1-S3	31-40	>5	<5	Ya
2	YR	kuliner	P	S1-S3	31-40	≤5	<5	Ya
3	Y	desain produk	L	≤SMA atau sederajat	>40	>5	<5	Tidak
4	M	kriya	L	Akademi	31-40	>5	5-10 orang	Ya
5	Mw	desain interior	P	≤SMA atau sederajat	>40	>5	<5	Tidak
6	N/A	desain interior	P	≤SMA atau sederajat	>40	>5	5-10 orang	Tidak
7	N/A	desain interior	P	≤SMA atau sederajat	>40	>5	<5	Tidak
8	N/A	kerajinan	P	≤SMA atau sederajat	>40	≤5	<5	Ya
9	S	kuliner	P	≤SMA atau sederajat	>40	>5	<5	Ya
10	WS	kuliner	L	S1-S3	31-40	>5	>10	Ya
11	Hendry	fashion	L	S1-S3	≤30	≤5	>10	Ya
12	N/A	kuliner	L	S1-S3	31-40	>5	>10	Ya
13	N/A	seni rupa	L	≤SMA atau sederajat	31-40	>5	<5	Tidak

14	N/A	fashion	P	Akademi	>40	>5	>10	Tidak
15	YA	kuliner	L	Akademi	≤30	>5	>10	Ya

Berikut adalah hasil analisis kualitatif ke-15 informan terkait *adversity quotient*.

1. Ke-15 informan tidak semuanya merasa memiliki kontrol (*control*) atas apa yang terjadi di bisnis yang mereka miliki. Salah satunya adalah informan yang memiliki usaha merangkai bunga, di mana kondisi alam sangat menentukan bagus tidaknya bunga yang bisa dia pergunakan. Tetapi, seluruh informan mengatakan, mereka yakin bisa menyelesaikan segala kesulitan yang mereka temui di dalam bisnis yang mereka miliki.
2. Ke-15 informan memiliki kemampuan untuk mengetahui penyebab (*origin*) masalah yang dihadapi. Hal tersebut membuat mereka dapat menganalisis permasalahan yang ada dengan lebih mudah. Informan pemilik bisnis merangkai bunga mengatakan, penyebab utama masalahnya adalah cuaca.
3. Untuk dimensi kepemilikan atau pengakuan (*ownership*), ke-15 informan mengakui (*ownership*) permasalahan yang mereka hadapi dan semuanya optimis dapat mengatasi permasalahan tersebut. Tetapi, tidak semua informan bersedia mengakui bahwa semua masalah yang terjadi di bisnisnya merupakan kesalahan dia sebagai pemilik bisnis.
4. Terkait dengan dimensi jangkauan (*reach*), ke-15 orang informan secara tegas mengatakan bisa membedakan persoalan pribadi dan persoalan bisnis walaupun masalah bisnis diselesaikan di rumah. Mereka juga tidak menganggap penting apakah penyelesaian masalah dilakukan di jam kerja atau di luar jam kerja (saat sudah di rumah).
5. Daya tahan (*endurance*) dari ke-15 informan cukup baik. Walaupun ada 1 informan yang pernah berganti bisnis beberapa kali, tetapi informan tersebut tidak menyerah menjadi seorang wirausahawan. Sementara itu, ke-14 informan lain ada yang mengatakan tidak terpikirkan sama sekali untuk menutup usaha ini dan ada yang sempat berpikir untuk menutup usaha ini dan beralih ke usaha lain. Informan yang mengatakan tidak pernah sama sekali terpikir untuk menutup usaha ini mengemukakan alasan yang beragam, ada yang karena memang *passion*-nya di bidang ini, hobinya, atau pun karena ini penghasilan satu-satunya.

KESIMPULAN

Walaupun semua elemen dari *adversity quotient* menentukan keberlangsungan hidup di era pandemi ini, namun dapat dikatakan elemen terpenting adalah daya tahan (*endurance*).

Pandemi covid ini merupakan suatu krisis yang berasal dari faktor eksternal yang tidak sederhana, melainkan luar biasa (*extraordinary*), kompleks, dan bersifat multidimensi. Krisis ini berdampak multisektoral dan seluruh lapisan. Di tengah situasi yang demikian, daya tahan adalah yang utama. Daya tahan untuk berjuang dan bertahan hingga badai ini usai. Bukan berarti berjuang dengan beralih bisnis, karena semua bisnis mengalami dampak pandemi, namun bertahan dan fokus pada bisnis yang digeluti karena passion akan bisnis yang digeluti tersebut akan memberikan energi dan kekuatan untuk bertahan. Apabila dilihat dari jawaban ke-15 informan untuk elemen daya tahan, mayoritas informan memiliki daya tahan untuk tetap fokus pada bisnis yang digeluti. Sebagai saran, selain berupaya bertahan dengan tetap menekuni bisnisnya, wirausahawan industri kreatif juga perlu kreatif dan lincah beradaptasi dengan situasi pandemi ini. Kelincahan beradaptasi itu bisa ditunjukkan dengan mengubah konsep bisnisnya (*take away, to go, atau at home*), bisa juga mengubah placement melalui channel online, sistem *reseller/dropshipper*, dan juga berbagai pemanfaatan teknologi guna mengurangi biaya operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS (2020). Berita Resmi Statistik: Agustus 2020: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 7,07 persen. Diunduh dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkatpengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html> pada 1 April 2021.
- Amalia, Happy Amanda (2021). UMKM Sebagai Penggerak Ekonomi di Tengah Pandemi Covid. Diunduh dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/788089/umkm-sebagai-penggerak-ekonomi-di-tengah-pandemi-covid> pada 9 Juli 2021.
- Madrim, S. (2020). BPS: 10,1 Persen Usaha Kecil Tutup Karena Corona. Diunduh dari <https://www.voaindonesia.com/a/bps-10-1-persen-usaha-kecil-tutup-karena-corona/5584475.html> pada 1 April 2021.
- Nurhaliza, S. (2020). Ini Target Kontribusi UMKM Terhadap Ekonomi di 2020-2024. Diunduh dari <https://www.idxchannel.com/market-news/ini-target-kontribusi-umkm-terhadap-ekonomi-di-20202024> pada 1 April 2021.
- Rosana, Fransisca Christy. (2021). BPS: Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020 -2,07 Persen. Diunduh dari <https://bisnis.tempo.co/read/1429918/bps-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2020-207-persen> pada 9 Juli 2021.
- Saputra, Dany (2021). Genie Indonesia: Belanja Online Meningkatkan Drastis Selama Pandemi. Diunduh dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210423/12/1385451/genie-indonesia-belanja-online-meningkat-drastis-selama-pandemi> pada 9 Juli 2021.
- Stoltz (2007). *Mengubah Hambatan Menjadi Peluang*. PT.Grasindo Jakarta.



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).