

Adversity Quotient Model For Creating Business Sustainability (Case Study Of Mister Pithik Culinary Business, Salatiga)

Model Adversity Quotient Dalam Menciptakan Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Mister Pithik, Salatiga)

Yohana Eunike Soetristijono¹ Hani Sirine^{2*}

Universitas Kristen Satya Wacana^{1,2}

hani.sirine@uksw.edu²

*Corresponding Author

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic, has caused concerns among business owners and has had an effect on health, education, and even the economy. When faced with such a circumstance, it takes personal readiness, resilience, and adversity quotient to conduct business. This study will go over the challenges faced by Mr. Pithik's entrepreneur while running his business, the adversity quotient driving factors in Mr. Pithik's business, how is the adversity quotient of Mr. Pithik's business owner in maintaining business sustainability, and what's the sustainability of Mr. Pithik's business when using the adversity quotient. The type of data used in this research is qualitative, the source of the data in this study comes from the owner of Mister Pithik who was conducted using the interview method. This research shows that with the adversity quotient that T and B possess, they can create business sustainability

Keywords: Adversity Quotient, Business Sustainability, Covid-19, Entrepreneur

ABSTRAK

Pandemi Covid-19, telah menimbulkan kekhawatiran di kalangan pemilik usaha dan berdampak pada kesehatan, pendidikan, bahkan perekonomian. Menghadapi situasi seperti ini, dibutuhkan kesiapan dan ketahanan individu dalam menghadapinya, sehingga penting bagi para wirausaha usaha untuk memiliki adversity quotient dalam menjalankan usahanya. Penelitian ini akan membahas mengenai permasalahan yang dihadapi pelaku usaha Mister Pithik saat menjalankan usahanya, faktor pendorong adversity quotient pada pelaku usaha Mister Pithik, bagaimana adversity quotient pada pelaku usaha Mister Pithik dalam menjaga keberlangsungan usahanya, dan seperti apa keberlangsungan usaha Mister Pithik ketika menggunakan adversity quotient. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, sumber data dalam penelitian ini berasal dari pemilik Mister Pithik yang dilakukan dengan metode wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adversity quotient yang dimiliki T dan B mampu menciptakan keberlangsungan usaha.

Kata Kunci: Adversity Quotient, Keberlangsungan Usaha, Covid-19, Pengusaha

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan peran yang penting dalam perekonomian negara. Meningkat atau menurunnya pertumbuhan ekonomi, salah satunya dipengaruhi oleh keterlibatan UMKM. Dalam UUD 1945 pasal 33 ayat 4, dijelaskan bahwa UMKM merupakan bagian dalam perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian serta membawa potensi yang besar dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. UMKM membawa peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi negara.

Adanya pandemi Covid-19 yang terjadi beberapa tahun lalu, memberikan dampak pada kesehatan, pendidikan bahkan ekonomi, dan memberikan kekhawatiran dikalangan wirausaha. Melihat situasi seperti itu, dibutuhkan kesiapan dan ketahanan individu serta memiliki *adversity quotient* dalam menjalankan usahanya. Wirausaha memiliki tingkatan *adversity quotient* yang berbeda. Terdapat wirausaha yang cenderung putus asa saat terjadi masalah, dan ada yang menghadapi masalah dengan semangat untuk menyelesaikannya.

Adversity Quotient (AQ) menurut Dhanita & Hidayat (2015) merupakan kesanggupan seseorang untuk mengatasi permasalahan atau tantangan menjadi keberhasilan. Wirausaha membutuhkan *adversity quotient* untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya. *Adversity quotient* menentukan keberhasilan karena wirausaha membutuhkan kekuatan untuk menghadapi kegagalan dan keinginan untuk mencoba hingga berhasil (Hutagalung & Hutagalung, 2018).

Individu yang memiliki *adversity quotient* yang rendah akan cenderung mudah menyerah, pesimis, bersikap negatif ketika menghadapi permasalahan (Hutagalung & Hutagalung, 2018). Berbeda dengan individu yang sanggup untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam aktivitas usahanya, dan mampu untuk menjadikan permasalahan menjadi peluang maka orang tersebut memiliki kemampuan *adversity quotient* yang tinggi (Stoltz, 2007).

Adversity quotient terbukti berkontribusi pada keberhasilan wirausaha karena memungkinkan pelaku usaha untuk bertahan dalam usaha mereka (Overall & Wise, 2016). *Adversity Quotient* terbukti membuat wirausaha mampu mengatasi permasalahan dan tidak membuat mereka putus asa dalam menghadapinya yang ditunjukkan melalui usahanya yang masih berlangsung (Dhanita & Hidayat, 2015). Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Ibrahim & Sumaryono (2019), menunjukkan bahwa *adversity quotient* membuat wirausaha untuk mempertahankan usahanya agar tetap berlangsung, dengan memberikan solusi, bertanggung jawab, tetap optimis, dan belajar dari pengalaman. Wirausaha memiliki *adversity quotient* yang dilihat dalam dimensi *control*, yaitu mampu menyelesaikan masalah dan mengidentifikasi permasalahan dalam usaha. Dimensi *ownership*, yaitu optimisme wirausaha mengatasi masalah, dalam dimensi *reach* kemampuan wirausaha mampu membedakan persoalan pribadi dan permasalahan bisnis, dalam dimensi *endurance* wirausaha tidak memiliki pandangan untuk menutup usahanya. *Adversity Quotient* membuat wirausaha untuk tetap melangsungkan usahanya (Cahayani & Gunawan, 2021).

Penelitian mengenai *adversity quotient* akan dilakukan kepada pelaku usaha Mister Pithik yang berada di Salatiga, Jawa Tengah. Usaha kuliner ini dimiliki oleh T dan B, beroperasi sejak tahun 2018 dan berfokus pada menu makanan olahan ayam. Meskipun menghadapi pandemi *Covid-19*, T dan B tetap bertahan dan mencari solusi untuk kelangsungan usahanya. Hal tersebut menarik untuk diteliti karena terdapat pelaku yang menutup gerai usahanya dan kemudian tidak melanjutkan usahanya lagi, namun pelaku usaha Mister Pithik tetap semangat dan mempertahankan usahanya, serta setelah penutupan gerai yang berada di ruko belakang kampus, Mister Pithik bahkan memiliki tempat yang jauh lebih besar dibandingkan dengan gerai yang lama, serta penjualan yang mulai berangsur normal.

2. Tinjauan Pustaka

Kewirausahaan

Wirausaha merupakan profesi individu yang memiliki kemungkinan mendapatkan keuntungan dan mendapatkan kerugian yang tak terkirakan berdasarkan skala kualitas individu tersebut, sehingga dalam berwirausaha dibutuhkan pribadi yang tangguh, tak mudah putus asa, percaya diri, kemampuan mental-emosional dan kemampuan untuk melihat peluang (Alfianto, 2012). Wirausaha menurut Shalahuddin et al. (2018), merupakan individu yang mampu menggunakan peluang untuk memajukan usahanya dengan tujuan meningkatkan kehidupannya. Sedangkan kewirausahaan, merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dipegang sebagai prinsip, kiat dan sumber daya dalam melihat kesempatan mencapai kesuksesan.

Kewirausahaan memiliki beberapa ciri ciri, diantaranya adalah memiliki motif berprestasi tinggi, hal ini mencakup dorongan untuk selalu memiliki prestasi yang tinggi yang harus ada dalam wirausaha guna membentuk mental dalam dirinya untuk selalu lebih maju

dan melakukan sesuatu lebih dari standar yang ada (Sanawiri & Iqbal, 2018). Memiliki kreativitas dan inovasi adalah ciri wirausaha. Kreativitas merupakan kemampuan menumbuhkan ide, metode baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang. Inovasi merupakan kemampuan menjalankan kreativitas untuk memecahkan masalah, menemukan peluang serta mewujudkan mimpinya menjadi terobosan untuk perkembangan bisnisnya. Wirausaha harus mempunyai sikap tanggung jawab. Keputusan dan risiko adalah suatu tanggung jawab yang sepatutnya dilakukan dengan gigih. Memasuki dunia usaha, individu harus berani mengambil tanggung jawab jika gagal, namun kegagalan tidak menutup jalan dalam sebuah bisnis, dengan berusaha dan berani tanggung jawab tentunya mampu menghasilkan kesuksesan. (Ramdhani et al., 2021; Yasa & Wiguna, 2020).

Kemandirian adalah ciri yang dimiliki wirausaha, di mana tidak suka bergantung pada orang lain, namun memanfaatkan apa yang dimiliki dalam dirinya. Berani ambil resiko sepatutnya dimiliki oleh wirausaha, namun dengan perhitungan yang benar dan mengerti kapan saat mengambil risiko dan apa yang dihadapinya. Risiko yang telah diperhitungkan dengan benar memungkinkan keberhasilan yang lebih tinggi (Shalahuddin et al., 2018; Siagian et al., 2020).

Keberlangsungan Usaha

Keberlangsungan usaha menurut Riyanti et al. (2022), merupakan kondisi yang sedang berjalan, mampu bertahan secara konsisten dan kontinu dengan suatu proses yang dijalani, sehingga mampu tercapai dari kondisi apa yang telah diusahakan yaitu berada pada titik eksis dan mampu bertahan pada suatu lingkungan yang ada sekarang hingga masa yang mendatang. Keberlangsungan usaha merupakan kestabilan dari kondisi usaha yang merupakan proses dalam menjalankan usahanya mencakup perkembangan dan mempertahankan keberlangsungan, pertumbuhan yang semuanya itu berakhir pada keberlangsungan dan ketahanan usaha (Widayanti et al., 2017). Keberlangsungan usaha dapat dipengaruhi oleh faktor bisnis menjadi kuat dan bertahan, yaitu kompilasi rencana bisnis, pembaharuan umum rencana bisnis, menganalisis pesaing, kemudahan memasuki bisnis dan kesanggupan perhitungan risiko (Hudson et al., 2001).

Keberlangsungan usaha mampu diukur dari keberhasilan berinovasi, pengendalian karyawan dan konsumen. Keberlangsungan usaha memiliki tiga pilar menurut Hartman & DesJardins (2011), yaitu (1) keberlangsungan etis sebagai manajemen perusahaan dalam pengelolaan sumber daya manusia yang menuju pada operasional perusahaan. Tujuan organisasi tak hanya mengenai karyawan, namun juga untuk memelihara keberlangsungan pelanggan dan calon pelanggan hingga para kompetitor. (2) keberlangsungan lingkungan berpusat pada proses produksi yang dilakukan yang diharapkan berkontribusi pada memelihara lingkungan sehingga keberlangsungannya dapat bertahan hingga jangka panjang. (3) keberlangsungan ekonomi merupakan kegiatan operasional yang memegang dimensi keberlangsungan etis dan lingkungan sehingga secara terus menerus mampu mewujudkan perkembangan bagi organisasi melalui produk yang diterima oleh konsumen.

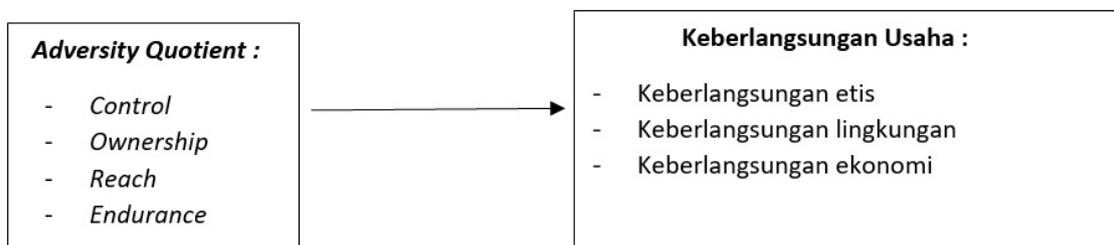
Adversity Quotient

Adversity Quotient merupakan cara seseorang dalam mengambil langkah untuk bertindak dalam menghadapi suatu tantangan dalam kehidupan untuk mencapai kesuksesan. *Adversity quotient* adalah ilmu yang mengkaji kegigihan individu menghadapi setiap tantangan (Puriani & Dewi, 2020). Menurut Yoga (2016), menjelaskan *adversity quotient* merupakan teori tentang rumusan mengenai kebutuhan manusia yang digunakan untuk mencapai kesuksesan. *Adversity Quotient* menggambarkan mengenai individu dalam mendekati kesulitan, yang realitanya justru kesulitan merupakan hal yang dihindari oleh kebanyakan orang, dengan

adanya berbagai konsep *adversity quotient* mampu menggambarkan bagaimana seseorang dalam menghadapi kesulitan.

Adversity Quotient membantu seseorang dalam memperkuat kesanggupan dan kegigihan dalam mengatasi tantangan dalam kehidupan sehari-hari. *Adversity Quotient* terdiri dari empat dimensi menurut Stoltz & Weihenmayer (2008) serta Puriani & Dewi (2020), yaitu (1) *Control*/ Kendali, dalam dimensi ini yang dimaksudkan dalam *control* adalah tindakan seseorang dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi baik lambat maupun spontanitas. Semakin besar *control* seseorang, semakin besar pula kecenderungan seseorang untuk mampu bertahan dalam mengatasi kesulitan dan tetap gigih dalam mencari solusi. (2) *Origin* dan *Ownership* (O2/ Asal Usul dan Pengakuan) dalam dimensi ini yang dimaksudkan adalah sejauh mana individu dapat memperbaiki keadaan, hal ini mencerminkan mengenai tanggung jawab. (3) *Reach* (Jangkauan) kesulitan yang dihadapi berpengaruh sejauh mana bagi kehidupan. (4) *Endurance* (Daya Tahan) merupakan bagaimana individu menggambarkan kesulitannya dan mampu bertahan untuk menghadapi kesulitan yang dialami.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Penelitian ini, peneliti ingin mendalami model *adversity quotient* yang berperan pada pelaku usaha walaupun mengalami kesulitan namun tetap berusaha agar usahanya tetap belangsung. Penelitian ini dapat dijelaskan bagaimana *adversity quotient* pada pelaku usaha untuk menciptakan keberlangsungan usaha.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Hermawan & Amirullah (2016), penelitian kualitatif mendeskripsikan fenomena berbentuk kata-kata dan bukan menghasilkan angka, dan tidak menggunakan berbagai pengukuran. Metode deskriptif meneliti sekelompok orang, objek, suatu kondisi, sistem pemikiran atau peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan informasi tentang status suatu kondisi yang ada, yaitu kondisi saat penelitian dilakukan (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Peneliti menggunakan Teknik ini untuk menggali informasi terkait informan, menganalisis peran *adversity quotient* pada keberlangsungan usahanya dan menjelaskan temuan. Proses ini meliputi penelusuran informasi, pemahaman, dan penjelasan dari hasil penelitian.

Sumber pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan sumber data primer yang didapat secara langsung dari sumbernya. Teknik yang dapat dilakukan dalam pengumpulan data adalah melalui wawancara, observasi, *focus group discussion* serta penyebaran kuesioner (Siyoto & Sodik, 2015). Sumber data dalam penelitian ini berasal dari pemilik Mister Pithik yang akan dilakukan dengan metode wawancara.

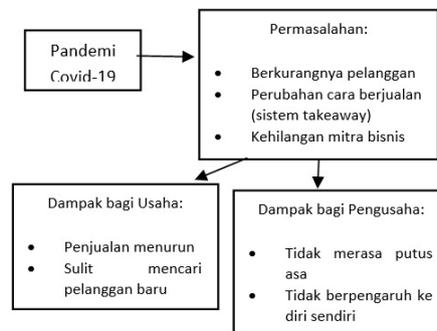
Dalam pengumpulan data, langkah-langkah penelitian meliputi persiapan, pencarian informan, persiapan pedoman wawancara, dan dokumentasi. Setelah persiapan, maka dilanjutkan dengan proses wawancara. Pada tahap pelaksanaan, peneliti bertemu dengan informan sesuai dengan kesepakatan, melakukan komunikasi, wawancara, dan pengumpulan data. Data tersebut kemudian dianalisis dan pembahasan agar terjabarkan pada hasil penelitian

yang telah dilakukan. Tahap terakhir yaitu penyimpulan, peneliti menarik kesimpulan dari hasil pernyataan penelitian, yang dari hasil kesimpulan tersebut, peneliti menarik beberapa saran.

4. Hasil dan Pembahasan

Permasalahan yang Dihadapi Pengusaha pada Saat Pandemi Covid-19

T, salah satu pemilik usaha Mister Pithik, memulai bisnisnya tahun 2018. Awalnya menggunakan sistem pre-order dari rumah, hingga akhirnya menyewa tempat selama dua tahun. Setelah kontrak berakhir, dan terjadi pandemi akhirnya mencari lokasi baru dan berikut adalah narasi bersama subjek T.



Sumber : data diolah, 2023

Bagan 1. Narasi Subjek T

Pandemi Covid-19 memberikan berbagai tantangan yang tak terduga. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, terdapat berbagai tantangan yang dihadapi yaitu

“ ya paling susah corona ini sangat berpengaruh sekali, pertama nyari pelanggan udah pada pulang semua, dan ga boleh makan ditempat dan itu juga susah banget nyari pemasukkannya dan penjualan turun drastis. Dan sekarang gatau peraturan kampus kek mana sekarang jadi jarang usda kampus gitu kan, soalnya kalo ada usda lagi membantu juga dan bantu promosi juga “

Mister Pithik menghadapi tantangan yang serius ketika banyak mahasiswa yang pulang kampung, mengakibatkan penurunan pelanggan dan penerapan sistem *takeaway* yang tidak memungkinkan untuk makan di ditempat. Penurunan penjualan dan kehilangan partner bisnis yaitu usaha dana kampus juga mempengaruhi penghasilan dari usaha ini. Pemilik mengalami permasalahan dalam mencari pelanggan baru dan penjualan yang menurun.

Dengan adanya permasalahan yang terjadi, tanggapan T terkait apakah permasalahan tersebut berpengaruh ke diri T berdasarkan hasil wawancara adalah

“ Kalo aku sih gimana ya, aku yolo yolo aja, karena ibarat kaya bangun usaha mulai dari awal lagi dan entah bagaimana caranya biar isa rame lagi Cuma merasa getun dulu kok rame sekarang kok sepi, gimana caranya aja tapi ga sampai buat down karena punya dua usaha jadi bisa menopang, ketika sini rame bisa nopang yang situ, jadi ga begitu gimana banget. Tetep berpikiran optimis aja.”

T sebagai bagian dari pemilik usaha, hanya merasa getun karena sepiunya pelanggan dalam menghadapi masalah ini, namun tidak terlalu berpengaruh secara pribadi oleh masalah ini. Sebelumnya, T sudah memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha, sehingga memahami tak tentunya arus bisnis dan permasalahan yang muncul tidak terlalu berdampak pada diri sendiri.

Di tengah perjuangan, berdasarkan wawancara dengan narasumber, T tidak menyalahkan dirinya dan tidak merasa putus asa atas permasalahan yang ada. Sebaliknya, T

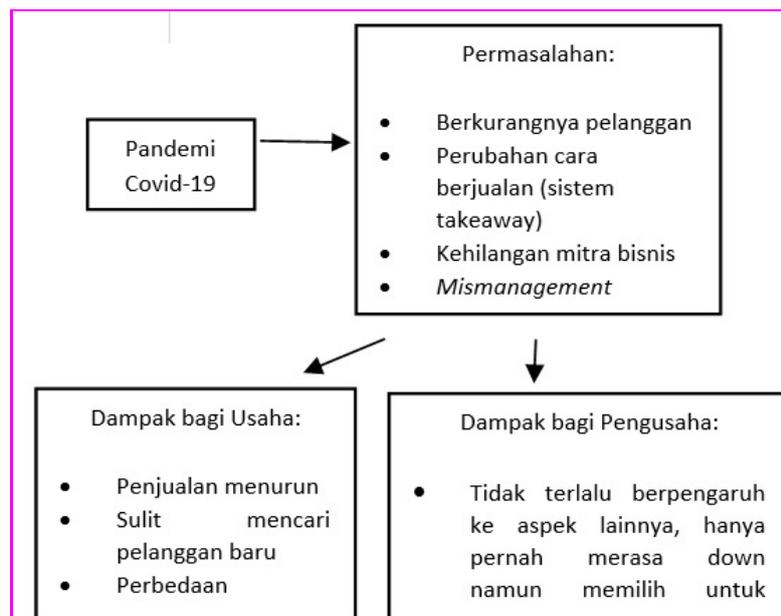
gigih berusaha untuk menemukan ide – ide baru untuk mengatasi masalah yang dihadapi. Hal ini terlihat dari petikan wawancara dengan T yaitu.

“ Engga sih, engga menyalahkan diri sendiri dan engga ada perasaan putus asa juga, Cuma 2775ka na kalo sepi gimana ini caranya promosi, dan kalo sepi ya mikir gimana caranya. Jadi ada solusinya. “

Melihat masalah yang dihadapi, subjek T merasa bahwa permasalahan ini masih akan ada efeknya pada usahanya. Hal ini terlihat dari petikan wawancara yang dilakukan bersama T.

“ Secara berita dampaknya masih lama dan dampaknya domino, apalagi ada perang dunia, mempengaruhi bahan baku yang naik dan mulai akalin bagaimana tekan bahan baku. Kalau misalnya lama atau engga ya semoga aja engga lama semoga, kalo dari aku sesuai para ahli 2775ka nada efek efeknya masih, Cuma tetap optimis usaha tetap bertahan dan berkembang”.

B adalah salah satu pemilik Mister Pithik yang menjalankan usaha bersama T, saat terjadi pandemi, B merasakan permasalahan yang sama seperti T. Berikut merupakan narasi dengan B



Sumber : data diolah, 2023

Bagan 2. Narasi Subjek B

B juga mengalami permasalahan sama seperti T, mulai dari penjualan dan pendapatan yang menurun. Namun, B juga menghadapi tantangan lain dalam tim. Menurut B, terdapat permasalahan lain yang dialami berdasarkan wawancara dengan B yaitu.

“ Kalau Mister P lebih ke internal sih, kalo menurutku yang jadi concern kesulitan sih menurutku antar anggota apalagi kan kita terdiri dari dua pemilik, ya tentu beda karakteristik orangnya, dan pasti juga pernah alami permasalahan internal kaya beda pendapat gitu, dan menurutku kalo dalam usaha penting sih untuk ada penengahnya dan juga komunikasi biar engga toxic.”

Dalam menjalankan usaha dengan dua pemilik yang memiliki karakteristik yang berbeda, B mengakui bahwa kehadiran penengah dan komunikasi sangat penting. B menyadari bahwa komunikasi yang efektif adalah kunci keberhasilan dalam mengatasi perbedaan pendapat dan mempertahankan keharmonisan dalam tim. Dengan komunikasi yang baik,

setiap anggota tim dapat mengatasi permasalahan yang muncul sehingga usaha dapat berjalan dengan baik.

Dalam menghadapi persoalan, B pernah merasa *down*, namun memilih tidak terjebak dalam perasaan tersebut, bagi B jika terus berada dalam perasaan itu tentunya akan semakin hancur. B tetap semangat dan mengingat kembali tujuan awal dalam mendirikan usaha dan terus mengingatkan dirinya akan pedoman hidup, mempercayai keimanan, dan mengandalkan Tuhan. Meski dihadapkan dengan berbagai masalah, B tetap semangat dan mencari cara untuk menjaga kelangsungan usahanya, termasuk membayar gaji karyawan dan sewa ruko. Khususnya, dengan banyak usaha yang berada di sekitar outlet lama Mister Pithik yang tidak mampu bertahan selama pandemi *Covid-19*, B berjuang agar tidak mengalami nasib yang sama. Hal ini terbukti dari petikan wawancara dengan B yaitu.

“ Secara personal sih, namanya seorang pengusaha ketika drop kan merasa down ya, tapi kalo kita mikirin down terus ya semakin hancur. Disitu aku sama tim berpikir lah bagaimana caranya tetap bisa jalan, yang penting bisa gaji karyawan dan stok Mister Pithik ga terbuang sia – sia. Terus juga berpikir positif aja, karena kembali lagi kita punya pedoman hidup dan punya iman dan andalin Tuhan, karena ga selamanya kita down. Serta dalam menjalankan usaha juga harus memiliki pikiran bagaimana caranya agar usahanya tetap berjalan dan bisa membayar gaji karyawan maupun sewa ruko. Apalagi saat hadapi masalah itu usahanya keras apalagi saat covid hanya Mister Pithik yang bertahan dan usaha lain sudah tidak kuat.”

Dengan adanya permasalahan yang terjadi, berdasarkan hasil wawancara B, tanggapan terkait apakah permasalahan tersebut berpengaruh ke diri B adalah

“ kalo diri aku sih engga begitu ya kalo dari kesehatan dan lainnya juga engga terlalu ngaruh ke diri sendiri.”

Menghadapi permasalahan yang terjadi, berdasarkan hasil wawancara dengan B, tanggapan terkait apakah B menyalahkan diri sendiri dan merasa putus asa saat menghadapi masalah, berdasarkan hasil wawancara adalah

“ eemm kalo dari aku, aku engga menyalahkan diri sendiri, karena menurutku ini bukan sistem Mister Pithik yang bermasalah atau engga, karena terjadi secara global jadi kita sebagai pemilik harus punya mindset yang bener dan karena usaha ini terdiri dari 2 pemilik sehingga bisa ditopang bersama.”

B tidak menyalahkan diri sendiri, karena bagi B, hal tersebut dipandang sebagai sesuatu yang melampaui kendali pribadi dan lebih bersifat global. B menyadari bahwa tidak ada kesalahan yang dapat ditunjukkan pada sistem usaha, terlebih lagi karena usaha ini dikelola oleh dua pemilik, mereka mapu saling mendukung satu sama lain.

B dalam menjalankan usahanya saat ditengah permasalahan yang terjadi, pernah memiliki pendapat bahwa permasalahan yang terjadi akan bertahan lama, namun kembali lagi ke titik awal bahwa sebagai pengusaha juga harus memiliki prinsip bagaimana caranya agar produk tetap laku dan tidak duduk diam saja. Hal ini terlihat dari petikan wawancara dengan B yaitu.

“ Pernah berpikir tahan lama tapi ujung ujungnya kembali lagi kalo jualan harus punya mindset bagaimana caranya harus laku dan engga duduk diam aja.”

Upaya Pelaku Usaha Mister Pithik terkait Permasalahan yang Terjadi

Pandemi *Covid-19* membawa tantangan besar bagi pemilik usaha Mister Pithik. Hal ini termasuk dari penjualan yang menurun akibat banyaknya mahasiswa dan pelajar yang pulang ke halaman kampungnya, sistem *takeaway*, *partner* bisnis yaitu usaha dana kampus yang tak melibatkan Mister Pithik lagi, dan juga *mismanagement*.

Menghadapai permasalahan yang terjadi, T tidak hanya sekedar pasrah, berdasarkan hasil wawancara, respon T untuk mengatasi masalah ini adalah.

“ kita juga pake instagram food blogger salatiga dan itu ngaruh juga ya walaupun ga rame tapi ada pelanggan baru, terus ada beberapa yang diluar pemikiranku karena targetnya kan mahasiswa kan, tapi kok tiba-tiba ada orang tua juga yang beli gitu, dan mungkin tau dari Instagram. Terus cari ide lain juga kaya oh buat paketan nih. Selain itu, kita juga efisiensi biaya sewa ke atas sini jadi kita ga sewa tempat dan sama akhirnya mau ga mau kerja sendiri lagi untuk kurangi biaya tenaga kerja jadi dihandle sendiri dulu untuk sementara”

T tidak hanya sekedar pasrah menghadapi masalah ini, namun melakukan upaya untuk menjaga dan meningkatkan penjualan. Salah satunya melalui promosi online yang berkolaborasi dengan *Instagram food blogger* Salatiga, yang berhasil menghadirkan pelanggan baru untuk usaha Mister Pithik. Tak hanya itu, T juga menggunakan kreativitasnya untuk menciptakan paket-paket produk baru yang sebelumnya tidak ada untuk menarik perhatian pelanggan. Untuk mengurangi biaya, T memanfaatkan tempat milik sendiri di Citra Montana dan menghentikan sewa tempat seperti sebelumnya. Tak hanya itu, juga dilakukan penghematan biaya tenaga kerja dengan mengurus sendiri pekerjaan dari usaha Mister Pithik tanpa menggunakan karyawan.

Tanggapan B untuk mengatasi masalah yang terjadi, berdasarkan hasil wawancara adalah.

“ kalo dulu corona kan sistemnya online semua tuh, nah akhirnya coba ekspansi ke ojek online lainnya. Terus juga dari kita pentingin komunikasi juga, karena kalo ada komunikasi tuh semua isa lancar dan kaya beda pendapat isa diomongin lah. Terus juga tetep optimis, apalagi dulu itu liat usaha yang ada di dekat lokasi Mister Pithik itu udah pada tutup semua, tapi ya tetep optimis untuk buka apalagi juga ada karyawan jadi juga harus mikirin gaji juga.”

Melihat kondisi di masa pandemi *Covid-19*, yang mengubah tren pembelian ke arah online, B melakukan ekspansi ke *platform* ojek online lainnya di Salatiga, untuk meningkatkan penjualan. B menyadari bahwa komunikasi adalah kunci utama untuk mengatasi masalah yang muncul. Selain itu semangat dan optimis juga menjadi faktor penting dalam menjalankan usaha, terutama ditengah banyaknya usaha lain disekitar lokasi Mister Pithik yang telah tutup. Namun, B tetap memilih untuk berjuang dan dari permasalahan yang dihadapi, B belajar pentingnya komunikasi dan riset pasar.

Adversity Quotient Pelaku Usaha Mister Pithik di Masa Pandemi Covid-19

Adversity quotient merupakan kesanggupan individu dalam melihat dan mengubah kesulitan dengan kecerdasan yang dimiliki sehingga menjadi sebuah tantangan untuk diselesaikan (Susila, 2018). Terdapat empat dimensi dalam *adversity quotient* yaitu *control*, *origin & ownership*, *reach*, *endurance*.

Seseorang dengan AQ tinggi, melihat masalah sebagai tantangan yang perlu dihadapi dan yakin akan selalu ada jalan keluar. Semakin besar *control* seseorang, meningkatkan kemampuan untuk bertahan dalam kesulitan, mempertahankan tujuan, dan mencari solusi (Haulasifa, 2016).

Control atau kendali diri merupakan kemampuan seseorang mempengaruhi secara positif suatu peristiwa dan tindakan dengan keyakinan seseorang mampu mengatasi situasi atau kondisi tertentu (Dwi Safitri et al., 2019). Saat mengalami permasalahan akibat pandemi, dalam menghadapinya T memiliki *control* atas dirinya yang terlihat dari petikan wawancara berikut.

“ Kalo aku sih gimana ya, aku yolo yolo aja, karena ibarat kaya bangun usaha mulai dari awal lagi dan entah bagaimana caranya biar isa rame lagi Cuma merasa getun dulu kok rame sekarang kok sepi, gimana caranya aja tapi ga sampai buat down karena punya dua usaha jadi bisa menopang, ketika sini rame bisa nopang yang situ, jadi ga begitu gimana banget. Tetep berpikiran optimis aja”

Dapat dilihat bahwa sikap T memiliki kendali diri yang baik saat menghadapi tantangan, hal ini diperkuat dengan pernyataan *“ Kalo aku sih gimana ya, aku yolo yolo aja”* yang menandakan bahwa T menerima situasi dan tantangan dengan sikap santai tanpa terlalu terbebani oleh penurunan bisnis dan perubahan kondisi. Tak hanya itu, sikap optimis T juga mencerminkan pengendalian diri saat menghadapi permasalahan yang dapat dilihat dari ungkapan *“.....Tetep berpikiran optimis aja”*. Dalam hal ini, T tidak terjebak dalam perasaan putus asa atau kesulitan mengatasi masalah. T sadar dengan memiliki dua usaha yang dapat saling menopang membuat T merasa lebih percaya diri dan mampu mengendalikan reaksi emosionalnya. Pengendalian diri yang baik membuat T untuk tetap fokus pada solusi daripada terjebak pada masalah. Dengan demikian, T dapat lebih efektif dalam menghadapi tantangan dan tetap positif untuk menghidupkan kembali bisnisnya seperti sebelumnya.

Aspek *control* juga terlihat dalam diri B saat menghadapi permasalahan yang ada yang dapat dilihat dari kutipan wawancara berikut.

“Disitu aku sama tim berpikir lah bagaimana caranya tetap bisa jalan, yang penting bisa gaji karyawan dan stok Mister Pithik ga terbuang sia – sia. Terus juga berpikir positif aja, karena kembali lagi kita punya pedoman hidup dan punya iman dan andalin Tuhan, karena ga selamanya kita down. Serta dalam menjalankan usaha juga harus memiliki pikiran bagaimana caranya agar usahanya tetap berjalan dan bisa membayar gaji karyawan maupun sewa ruko.”

Dari kalimat tersebut dapat terlihat aspek *control* yang dilakukan oleh B yaitu dari kalimat *“Terus juga berpikir positif aja”* hal ini menunjukkan bahwa B dalam menghadapi masalah tetap berpikir positif dan mampu mengendalikan reaksi emosional terhadap permasalahan. Selain itu, B mencerminkan kemampuan mengendalikan emosi dengan mengandalkan keyakinan pada nilai – nilai hidup kepercayaan kepada Tuhan, B berkata *“...karena kembali lagi kita punya pedoman hidup dan punya iman dan andalin Tuhan, karena ga selamanya kita down”*. Hal ini menunjukkan keyakinan B pada pedoman hidup dan keyakinan pada Tuhan memberikan dukungan dan harapan. B mampu mengendalikan pikiran dengan baik efektif menjalankan usaha meskipun menghadapi tantangan seperti yang dikatakan dalam kalimat *“Serta dalam menjalankan usaha juga harus memiliki pikiran bagaimana caranya agar usahanya tetap berjalan dan bisa membayar gaji karyawan maupun sewa ruko.”*

Dengan adanya aspek *control* yang baik dari diri T dan B, hal ini membuat usaha Mister Pithik tetap berlangsung walaupun sedang menghadapi permasalahan yang ada.

Selain aspek *control*, penting bagi seseorang untuk berani menanggung dampak dari peristiwa yang ada, dan belajar dalam melakukan perbaikan dari peristiwa yang terjadi yaitu *origin & ownership* (Dwi Safitri et al., 2019). *Ownership* menggambarkan bahwa seseorang tidak terlalu menyalahkan diri sendiri, tetapi tetap memiliki rasa tanggung jawab dalam

mengatasi permasalahan yang terjadi (Abarca, 2021). Asal-usul dan pengakuan diri (*origin dan ownership*), dengan memahami tentang asal-usul dari suatu permasalahan dapat membuat seseorang merasa yakin terhadap dirinya untuk mampu menyelesaikan permasalahannya dengan cepat (Stoltz, 2000). *Ownership* lebih menunjukkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab. Meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab dapat meningkatkan kontrol, pemberdayaan, dan motivasi dalam mengambil tindakan yang penting. Hal ini melibatkan pembelajaran dari kesalahan, mengakui konsekuensinya, dan bertanggung jawab atas tindakan tersebut (Stoltz, 2000).

Aspek *origin & ownership* juga diperlihatkan dari T yaitu dalam kalimat

“ Engga sih, engga menyalahkan diri sendiri dan engga ada perasaan putus asa juga, Cuma misal kalo sepi gimana ini caranya promosi, dan kalo sepi ya mikir gimana caranya. Jadi ada solusinya. “

Aspek *origin* yang terlihat dari T adalah *“ Engga sih, engga menyalahkan diri sendiri dan engga ada perasaan putus asa juga”*. Hal ini menunjukkan bahwa T tidak cenderung menyalahkan diri atas permasalahan yang dihadapi, dan tidak merasa putus asa dalam menghadapinya.

Dalam aspek *ownership* T terlihat dari kalimat *“...Cuma misal kalo sepi gimana ini caranya promosi, dan kalo sepi ya mikir gimana caranya. Jadi ada solusinya”*. Hal ini menunjukkan T memiliki rasa kepemilikan dan tanggung jawab yang kuat saat menghadapi masalah usahanya, T aktif mencari solusi dan fokus pada peningkatan penjualan melalui promosi dan berpikir kreatif. Sikap kepemilikan ini mencerminkan T memiliki kendali dan kemampuan untuk mengatasi permasalahan yang ada.

Aspek *origin & ownership* juga diperlihatkan oleh subjek B melalui petikan kalimat berikut ini:

“ eemm kalo dari aku, aku engga menyalahkan diri sendiri, karena menurutku ini bukan sistem Mister Pithik yang beramasalah atau engga, karena terjadi secara global jadi kita sebagai pemilik harus punya mindset yang bener dan karena usaha ini terdiri dari 2 pemilik sehingga bisa ditopang bersama.”

B menyadari bahwa tantangan ini berasal dari situasi eksternal dan tidak dapat sepenuhnya dikendalikan oleh pemilik usaha. Hal ini diperkuat dari pernyataan B yaitu *“ eemm kalo dari aku, aku engga menyalahkan diri sendiri.”* Aspek *ownership* terlihat dari kalimat B *“...karena usaha ini terdiri dari 2 pemilik sehingga bisa ditopang bersama.”* Kalimat ini menunjukkan bahwa B bersama dengan T memiliki komitmen dan inisiatif untuk mengatasi tantangan yang dimana pemilik usaha, aktif untuk mencari berbagai solusi yang dilakukan untuk tetap membuat usaha Mister Pithik agar tetap berlangsung selama pandemi.

Dengan adanya aspek *origin & ownership* dari diri T dan B, hal ini membuat usaha Mister Pithik tetap berlangsung walaupun sedang menghadapi permasalahan yang ada.

Selain aspek *origin dan ownership*, dalam *adversity quotient* juga terdapat aspek *reach* yaitu pembatasan cakupan permasalahan dalam berbagai aspek kehidupan akan memberikan kesempatan bagi individu untuk memiliki pemikiran yang lebih jernih saat mengambil tindakan yang diperlukan dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah (Puspita, 2008). Semakin tinggi *reach* individu, makin besar kemungkinan individu mampu untuk membatasi jangkauan permasalahan yang dihadapinya. Semakin efektif individu dalam membatasi sejauh mana permasalahan mempengaruhi mereka, maka semakin kuat dan semakin sedikit perasaan terbebani yang mereka rasakan (Haulasifa, 2016).

T mampu untuk membatasi masalah yang ada sehingga T mampu memiliki pemikiran yang jernih saat mengambil tindakan yang diperlukan dalam menyelesaikan masalah yang dapat dilihat dari kalimat berikut ini:

“Cuma misal kalo sepi gimana ini caranya promosi, dan kalo sepi ya mikir gimana caranya. Jadi ada solusinya.”

Hal ini menunjukkan bahwa T mampu untuk membatasi jangkauan permasalahan yang ada dalam diri secara proaktif mencari solusi saat menghadapi situasi sepi. Kemampuan ini diwujudkan dalam upaya promosi agar bisnisnya bisa ramai kembali, hal ini menunjukkan bahwa T memiliki kemampuan *reach* yang baik, menunjukkan kemampuan proaktif untuk beradaptasi dengan perubahan untuk mengatasi risiko hambatan dalam usaha.

Aspek *reach* juga ditunjukkan B dalam mengatasi permasalahan yang ada yang ditunjukkan dalam kalimat:

“.....Serta dalam menjalankan usaha juga harus memiliki pikiran bagaimana caranya agar usahanya tetap berjalan dan bisa membayar gaji karyawan maupun sewa ruko. Apalagi saat hadapi masalah itu usahanya keras apalagi saat covid hanya Mister Pithik yang bertahan dan usaha lain sudah tidak kuat.”

B menunjukkan aspek *reach* yang mencakup kemampuan membatasi jangkauan permasalahan yang ada, berpikir kreatif, dan beradaptasi dengan situasi yang sulit, terutama ditengah tantangan pandemi *Covid-19*, yang menyebabkan banyak usaha disekitar tutup. B mencari berbagai cara untuk menjaga usahanya tetap berlangsung termasuk membayar gaji karyawan dan sewa ruko. Hal ini merupakan sikap proaktif dari B untuk mengendalikan perubahan dan hambatan yang dihadapinya.

Dengan aspek *reach*, T dan B memiliki kemampuan untuk membatasi jangkauan masalah yang ada, sehingga T dan B mampu memiliki pemikiran yang jernih sehingga mengerti tindakan yang perlu dilakukan untuk menyelesaikan masalah, sehingga usaha Mister Pithik masih tetap berlangsung saat menghadapi situasi sulit.

Aspek keempat dalam *adversity quotient* yang tak kalah penting adalah *endurance* yang merupakan kemampuan seseorang dalam mempersepsi permasalahan, dan kekuatan dalam menghadapi permasalahan dengan menghasilkan ide dalam menghadapi masalah sehingga ketegaran hati keberanian dalam menyelesaikan masalah dapat terwujud (Dwi Safitri et al., 2019).

Berdasarkan hasil wawancara terkait pendapat T terakit permasalahan yang ada, menurut T:

“ Secara berita dampaknya masih lama dan dampaknya domino,Kalau misalnya lama atau engga ya semoga aja engga lama semoga, kalo dari aku sesuai para ahli aka ada efek efeknya masih, cuma tetap optimis usaha tetap bertahan dan berkembang”

T merasa bahwa permasalahan ini masih akan memberikan efek pada usahanya. Namun, tetap mencari solusi untuk melangsungkan usahanya. T melakukan promosi online dengan bekerja sama dengan *Instagram food blogger Salatiga* yang menghasilkan peningkatan jumlah pelanggan baru serta promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, T menciptakan beragam inovasi untuk menarik pelanggan, termasuk menciptakan paket-paket yang sebelumnya tidak ada, melakukan penghematan biaya dengan menggunakan tempat milik sendiri yang berada di Citra Montana, menghentikan sewa tempat seperti sebelumnya, dan mengurus usaha Mister Pithik tanpa menggunakan karyawan, yang meggambarkan inisiatif dan kemampuan T dalam mengelola usahanya. Hal ini diperkuat dari pendapat T.

“ kita juga pake instagram food blogger salatiga dan itu ngaruh juga ya walaupun ga rame tapi ada pelanggan baru, terus ada beberapa yang diluar pemikiranku karena targetnya kan mahasiswa kan, tapi kok tiba-tiba ada orang tua juga yang beli gitu, dan mungkin tau dari Instagram. Terus cari ide lain juga kaya oh buat paketan nih. Selain itu, kita juga efisiensi biaya sewa ke atas sini jadi kita ga sewa tempat dan sama akhirnya mau ga mau kerja sendiri lagi untuk kurangi biaya tenaga kerja jadi dihandle sendiri dulu untuk sementara”

Sedangkan bagi subjek B, terkait akan permasalahan yang ada, B menurutkan bahwa:

“ Pernah berpikir tahan lama tapi ujung ujungnya kembali lagi kalo jualan harus punya mindset bagaimana caranya harus laku dan engga duduk diam aja.”

B merasa bahwa permasalahan ini akan bertahan lama, namun kembali lagi ke titik awal bahwa sebagai pengusaha juga harus memiliki prinsip bagaimana caranya agar produk tetap laku dan tidak duduk diam saja. Berbagai hal dilakukan agar keberlangsungan usaha dapat tetap berjalan yaitu komunikasi dan melakukan ekspansi ke ojek online lainnya yang berada di Salatiga. Hal ini sesuai dengan pendapat B.

“ kalo dulu corona kan sistemnya online semua tuh, nah akhirnya coba ekspansi ke ojek online lainnya. Terus juga dari kita pentingin komunikasi juga, karena kalo ada komunikasi tuh semua isa lancar dan kaya beda pendapat isa diomongin lah.”

Dari kisah yang dihadapi oleh T dan B menunjukkan bahwa kedua subjek menunjukkan aspek *control, origin & ownership, reach, dan endurance*. Hal ini menunjukkan bahwa T dan B memiliki *adversity quotient*, sehingga ketika menghadapi permasalahan, T dan B tidak mudah untuk putus asa, melainkan tetap optimis. T dan B juga menunjukkan ketekunan dan ketahanan dalam menghadapi masalah dengan mencari solusi dan mengambil tindakan yang tepat, sehingga bisnis Mister Pithik tetap berlangsung walaupun mengalami situasi yang sulit.

Faktor Pendorong Adversity Quotient pada Pelaku Usaha Mister Pithik

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *adversity quotient* menurut (Stoltz, 2000), yaitu daya saing yang berperan penting dalam membentuk *adversity quotient (AQ)* T dan B pemilik bisnis Mister Pithik.

Daya saing dalam konteks AQ mengacu pada kemampuan bersaing dan relevansi dalam situasi bisnis yang penuh tantangan atau perubahan termasuk kemampuan menciptakan peluang dalam situasi sulit seperti pandemi *Covid-19*. T dan B menunjukkan daya saing dalam menjalankan bisnisnya. Terutama dalam menghadapi tantangan seperti pandemi *Covid-19*. T dan B berhasil bertahan dan berkembang ketika banyak bisnis lain mengalami permasalahan. Kunci keberhasilan adalah kemampuan T dan B dalam menciptakan peluang baru dengan berkolaborasi dengan *food blogger* Salatiga di Instagram, menciptakan paket produk baru, dan memanfaatkan asset yang dimiliki seperti tempat komersial milik sendiri. T dan B juga mampu beradaptasi dengan perubahan, berpikir kreatif, dan fokus pada solusi konkret.

Hal ini menunjukkan tingkat *adversity quotient* yang tinggi, yang mendukung daya saing usaha Mister Pithik, T dan B tidak hanya mampu menjaga bisnisnya tetap bertahan, namun mereka juga mampu terus beroperasi dan berkembang dalam kondisi yang sulit. Dengan demikian, daya saing menjadi salah satu faktor utama pembentuk AQ T dan B yang sangat penting untuk berhasil mengatasi tantangan dan menjaga kelangsungan bisnis Mister Pithik meski dalam situasi sulit sekalipun.

Faktor kedua yaitu Produktivitas, yang merujuk pada kemampuan individu untuk tetap efisien dan efektif dalam mengatasi permasalahan atau tantangan, bahkan dalam situasi sulit atau berubah. T dan B menunjukkan produktivitas yang tinggi dalam menghadapi permasalahan, terutama di masa pandemi, dengan menerapkan berbagai solusi untuk membuat bisnis tetap bertahan.

Kemampuan mempertahankan produktivitas dalam menghadapi permasalahan adalah kunci pembentukan *adversity quotient*. T dan B tidak menunjukkan sikap yang tidak mudah terjebak dalam putus asa atau masalah yang dihadapi. Sebaliknya, T dan B memfokuskan energi pada solusi dan tindakan spesifik untuk menjaga usaha Mister Pithik tetap bertahan. Produktivitas tinggi ini mencerminkan sikap proaktif dalam mengelola perubahan dan tantangan. Tidak hanya itu, T dan B berhasil untuk terus bergerak maju dan berkembang dalam kondisi sulit. Produktivitas berperan dalam membentuk *adversity quotient* T dan B dengan memungkinkan mereka tetap efisien, produktif, dan fokus pada solusi ketika menghadapi permasalahan, yang pada akhirnya mendukung keberhasilan dan kelangsungan usaha.

Faktor ketiga yaitu kreativitas yang mencerminkan kemampuan seseorang untuk berpikir kreatif dan menciptakan solusi inovatif ketika menghadapi permasalahan atau tantangan. T maupun B menunjukkan kreativitas yang tinggi dalam menghadapi masalah, terutama di masa pandemi *Covid-19*, tidak hanya mengandalkan cara-cara konvensional, tetapi juga mencari solusi inovatif dalam menjalankan usaha.

T dan B menunjukkan kreativitas melalui kolaborasi dengan *food blogger Instagram Salatiga* yang menciptakan peluang baru dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas.

T dan B juga menunjukkan kreativitas dengan menciptakan paket produk baru yang mencerminkan pemahaman akan perubahan kebutuhan pelanggan dan tren pasar. Selain itu juga tercermin dalam penghematan biaya untuk mengurangi pengeluaran bisnis, seperti menggunakan fasilitas sendiri tanpa biaya tambahan. Kreativitas membantu T dan B untuk tidak terjebak dalam pemikiran yang konvensional saat mengatasi permasalahan dan mampu menciptakan solusi yang efektif dan inovatif dalam situasi sulit. Kreativitas berperan penting dalam pembentukan *adversity quotient* T dan B, memungkinkan untuk berpikir kreatif, menciptakan solusi inovatif dan mengatasi tantangan dengan pendekatan non-konvensional, mendukung keberhasilan dan keberlangsungan usaha. Motivasi yang tinggi juga merupakan faktor pembentuk dari *adversity quotient*.

Motivasi yang tinggi mendorong T dan B mempunyai daya juang ketahanan yang kuat, tidak mudah menyerah ditengah permasalahan. Motivasi mendorong kreativitas dalam mencari solusi, menciptakan produk paket baru, dan mengelola pengeluaran dengan bijak. Tekad yang ditunjukkan menjadi elemen penting dalam *adversity quotient* T dan B, membantu untuk tetap semangat dan menghadapi masalah dengan cara inovatif.

Tingginya motivasi dan sikap optimis mendorong T dan B untuk berpikir kreatif, mencari solusi inovatif, dan menghadapi tantangan dengan ketahanan. T dan B fokus pada solusi daripada putus asa. Motivasi juga mendorong kerjasama, menciptakan sinergi yang membantu mengatasi permasalahan. T dan B berkomitmen dalam kelangsungan usaha, menganggapnya sebagai bagian penting dalam hidup dan tekad untuk melanjutkannya dengan semangat.

Dengan demikian, motivasi yang tinggi membentuk pemikiran adaptif, kreatif, dan positif dalam menghadapi tantangan. Semua ini merupakan faktor penting dalam membentuk AQ yang tinggi, yang membantu keduanya dalam mengelola dan mengatasi permasalahan dengan baik.

Keberanian T dan B mengambil risiko mencerminkan kepemimpinan dan inisiatif. T dan B tetap menjalankan usaha dalam menghadapi tantangan eksternal. Tindakan ini menunjukkan

kepemimpinan, tanggung jawab dan keberanian. Mengambil risiko juga meningkatkan rasa percaya diri dan keyakinan pada kemampuan diri.

T dan B menghadapi risiko besar dalam menjalankan bisnisnya di tengah permasalahan. Namun, T dan B tidak menyerah dan berhasil berkembang yang meningkatkan rasa percaya diri. Keberanian mengambil risiko juga menciptakan ketahanan dalam menghadapi kegagalan. Ketahanan penting dalam mengatasi permasalahan dan mengubah kegagalan menjadi pembelajaran yang merupakan salah satu kunci dalam *adversity quotient* dalam mengatasi permasalahan. T dan B yang berani mengambil risiko juga lebih fleksibel dalam menghadapi perubahan, keduanya tidak terlalu takut terhadap lingkungan dan lebih bersedia beradaptasi dengan situasi yang terus berkembang seperti perubahan kondisi pasar di tengah pandemi. Kemampuan mengambil risiko mendukung adaptasi dalam situasi sulit.

Oleh karena itu, keberanian mengambil risiko menjadi faktor penting dalam pembentukan AQ dari T dan B. Hal ini membantu memperkuat kepemimpinan, kreativitas, kepercayaan diri, ketahanan dan persahabatan untuk menghadapi permasalahan yang muncul selama perjalanan bisnis.

Ketekunan adalah kunci dalam pembentukan AQ T dan B. Ketekunan mencerminkan kemampuan seseorang untuk terus mengatasi rintangan dan tantangan. T dan B menunjukkan ketekunan dengan tekad yang kuat menjalankan usaha Mister Pithik ditengah permasalahan akibat pandemi *Covid-19*. Meski menghadapi penurunan penjualan dan banyak usaha sejenis tutup, T dan B terus berusaha mencari solusi, seperti promosi online dan paket produk baru.

Ketekunan T dan B tercermin dari keinginan untuk terus belajar dan berkembang. T dan B tidak hanya berusaha menjalankan usaha, tetapi juga aktif mencari pengetahuan dan strategi yang baru untuk menghadapi perubahan. Hal ini mencerminkan kemampuan untuk belajar dari pengalaman dan beradaptasi dengan perubahan. Ketekunan juga mencakup konsistensi dan komitmen dalam mencapai tujuan, yang merupakan bukti T dan B dalam menjalankan bisnis meskipun ditengah permasalahan. Ketekunan adalah pendorong utama ketika seseorang dihadapkan pada situasi yang sulit, hal tersebut menggerakkan seseorang untuk terus maju, mencari solusi, dan tidak menyerah. T dan B, melalui ketekunan, berhasil menjaga bisnis Mister Pithik tetap berjalan dan tumbuh, yang menunjukkan indikator AQ yang tinggi.

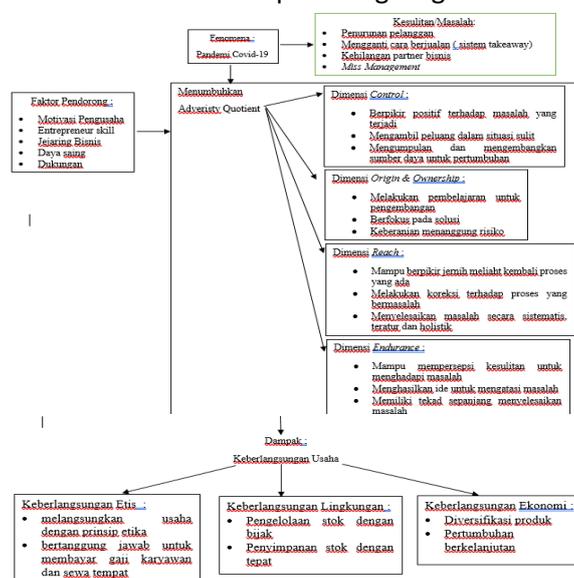
Dengan demikian, ketekunan adalah faktor penting dalam membentuk AQ T dan B. Kemampuan mereka untuk terus berjuang, belajar, konsisten, dan pulih dari kegagalan adalah karakteristik utama yang membantu mereka mengatasi permasalahan dan tetap sukses dalam bisnis mereka, terutama di tengah tantangan yang tak terduga seperti pandemi.

Model Adversity Quotient dalam Menciptakan Keberlangsungan Usaha Mister Pithik

Keberlangsungan etis sebagai manajemen perusahaan dalam pengelolaan sumber daya manusia yang menuju pada operasional perusahaan (Hartman & DesJardins, 2011). Keberlangsungan usaha etis juga mempertimbangkan nilai-nilai etika dan tanggung jawab, berfokus pada penerapan nilai moral dan menghindari praktik bisnis yang merugikan orang lain. Ketika menghadapi masalah, T dan B tetap bertanggung jawab dan tidak menyerah, keduanya mencari solusi tanpa mengorbankan etika dan integritas bisnis. Hal ini terlihat dari T dan B yang tetap melangsungkan usahanya dan berusaha mencari pendapatan agar mampu membayar gaji karyawan dan sewa tempat. Hal ini menjadi bukti bahwa T dan B tetap menjaga etika dalam berbisnis.

Keberlangsungan usaha lingkungan mengacu pada upaya pemilik usaha untuk menjalankan usaha dengan memperhatikan pengaruhnya pada lingkungan, hal ini diperlihatkan oleh T dan B selaku pemilik usaha, saat mengalami penurunan penjualan, kedua pemilik tetap bijak dalam mengelola stok bahan yang tersisa, dengan cara mencari solusi dalam menjual produk agar bahan baku tidak terbuang percuma dan menghindari peningkatan limbah.

Adversity Quotient juga berperan penting dalam keberlangsungan usaha ekonomi yang mengacu pada kemampuan bisnis untuk bertahan dalam jangka panjang dalam sisi ekonomi. T dan B memiliki kemampuan untuk mengatasi masalah dan menghadapi tantangan dengan proaktif dan mampu beradaptasi dengan kondisi yang ada. Dalam menghadapi penurunan penjualan akibat pandemi, T dan B tetap fokus untuk mencari solusi dan berpikir kreatif untuk meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya dengan cara promosi, menekan biaya sewa dan tenaga kerja agar usaha Mister Pithik tetap berlangsung.



Bagan 3. Model *Adversity Quotient* dalam Menciptakan Keberlangsungan Usaha Mister Pithik

Sumber : data diolah, 2023

**5. Penutup
Kesimpulan**

Adversity Quotient membantu seseorang dalam memperkuat kesanggupan dan kegigihan dalam mengatasi tantangan dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil penelitian tentang “model adversity quotient dalam menciptakan keberlangsungan usaha(studi kasus pada Mister Pithik Salatiga)” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Adversity quotient memberikan kemampuan T dan B dalam menghadapi permasalahan akibat *Covid-19* untuk tetap melangsungkan usahanya. *Adversity quotient* memiliki 4 dimensi, yaitu *control*, *origin & ownership*, *reach*, dan *endurance*. Saat mengalami permasalahan akibat pandemi, T memiliki aspek *control* atas dirinya dengan menerima situasi, menerima tantangan dengan sikap santai, tetap optimis. Aspek *control* juga terlihat oleh B dengan tetap berpikir positif, memiliki keyakinan yang teguh, memiliki kedekatan pada Tuhan. Aspek *origin & ownership* yang dilakukan oleh T adalah tidak menyalahkan diri, tidak putus asa, proaktif dalam mencari solusi. Aspek ini juga dapat dilihat dari B dengan mampu mengelola tantangan eksternal, komitmen memenuhi target, inisiatif mencari solusi. Aspek *reach* dimiliki oleh T dengan cara membatasi masalah yang ada, berinovasi, berpikir kreatif. Sedangkan B adalah fokus menyelesaikan masalah, mencari berbagai alternatif solusi, beradaptasi dengan perubahan. Aspek *endurance* yang terlihat dari T saat menghadapi masalah yang ada adalah melakukan promosi online, membuat desain produk dengan bentuk paket, penghematan biaya sewa dan tenaga kerja. Aspek *endurance* yang dilakukan oleh B adalah koordinasi tim inti, memperluas jangkauan pasar, rencana strategis mengatasi tantangan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya *adversity quotient* yang dimiliki oleh T dan B mampu menciptakan keberlangsungan usaha walaupun sedang menghadapi permasalahan. Ketika menghadapi masalah, T dan B tetap bertanggung jawab dan tidak menyerah, keduanya pun mencari solusi tanpa mengorbankan etika dan integritas bisnis. Hal ini dapat terlihat dari T dan B yang tetap melangsungkan usahanya dengan prinsip etika dan bertanggung jawab untuk membayar gaji karyawan dan sewa tempat. Hal ini menjadi bukti bahwa T dan B tetap menjaga etika dalam berbisnis. Keberlangsungan lingkungan yang dilakukan oleh T dan B saat mengalami penurunan penjualan adalah mengelola stok dengan bijak agar tidak terbuang dan menyimpan stok dengan benar. Keberlangsungan ekonomi dari T dan B yang memiliki kemampuan untuk mengatasi masalah dan menghadapi tantangan dengan proaktif dan mampu beradaptasi dengan kondisi yang ada. Dalam menghadapi penurunan penjualan akibat pandemi, T dan B tetap fokus untuk mencari solusi dan berpikir kreatif dengan diversifikasi produk dan pemasaran kreatif usaha Mister Pithik tetap berlangsung. Penulis menyarankan kepada pelaku usaha untuk memiliki *adversity quotient* yang dapat membantu pemilik usaha tetap mampu menjalankan usahanya meskipun menghadapi permasalahan.

Daftar Pustaka

- Abarca, R. M. (2021). Kajian Teoretis Adversity Quotient. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información, 2000*, 2013–2015.
- Alfianto, E. A. (2012). Kewirausahaan : Sebuah Kajian Pengabdian Kepada Masyarakat. *Heritage, 1*(2), 33–42.
- Cahayani, A., & Gunawan, A. S. (2021). Analisis Adversity Quotient Wirausaha UMKM Industri Kreatif di Era Pandemi Covid di DKI Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis, 1*(2020), 1–8. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.196>
- Dhanita, L., & Hidayat, A. (2015). Gambaran Adversity Quotient pada Wirausahawan Melayu di Bidang Kuliner. *An-nafs, 09*(03), 1–14.
- Dwi Safitri, Z. H., Dwi Safitri, Z. H., & Lasutri Tama, M. M. (2019). Adversity Quotient Remaja Yang Mengalami Broken Home. *Jurnal Ilmiah Psyche, 13*(1), 37–46. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v13i1.557>
- Haulasifa. (2016). Studi Deskriptif Adversity Quotient Guru Di Sekolah Dewi Sartika Kota Bandung. *Universitas Islam Bandung*.
- Hartman, L. P., & DesJardins, J. R. (2011). *Etika Bisnis: Pengambilan Keputusan untuk Integritas Pribadi dan Tanggung Jawab Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Hudson, M., Smart, A., Bourne, M., Hudson, M., & Bourne, M. (2001). Theory and practice in SME performance measurement systems - 2001 - International Journal of Op.pdf. *International Journal of Operations & Production Management, 21*(8), 1096–1115.
- Diambil dari <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EUM000000005587/full/html?fullSc=1>
- Hutagalung, B., & Hutagalung, A. Q. (2018). Pengaruh Adversity Quotient Terhadap Keberhasilan Usaha Pusat Industri Kecil Medan Denai. *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia, 1*(1), 60–69. <https://doi.org/10.21632/perwira.1.1.60-69>
- Ibrahim, A. V. B., & Sumaryono, S. (2019). Adversity Quotient pada Pelaku Startup di Yogyakarta: Kegigihan di Tengah Masalah. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP), 5*(1), 83. <https://doi.org/10.22146/gamajop.47969>

- Overall, J., & Wise, S. (2016). The Antecedents of Entrepreneurial Success: A Mixed Methods Approach. *Journal of Enterprising Culture*, 24(03), 209–241. <https://doi.org/10.1142/s0218495816500096>
- Puriani, R. A., & Dewi, R. S. (2020). *Konsep Adversity & Problem Solving Skill* (Cetakan 1). Palembang: Bening Media Publishing.
- Ramdhani, R. F., Simarmata, N. I. ., Prihatmojo, A., Kholifah, N., Hasan, M., Badawi, H. ., ... Fawaid, M. (2021). *Pendidikan Kewirausahaan* (Cetakan 1). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Riyanti, B., Krismonika, A., & Septiana, T. (2022). Keberlangsungan Usaha Umkm : Dampak Pandemi Covid-19, Insentif Pajak Dan Stimulus Bantuan Pemerintah. *Jesya*, 5(2), 1490– 1503. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.750>
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan* (Cetakan Pe). Malang: UB Press.
- Shalahuddin, I., Maulana, I., & Eriyani, T. (2018). *Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan*. (T. Dwijayanti, Ed.) (1 ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Siagian, V., Yuniwati, I., Rahman, A., Lifchatullaillah, E., Inayah, N. A., Hasyim, N., ... Simarmata, J. (2020). *Pengantar Kewirausahaan* (Cet.1). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Cetakan 1). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Stoltz, P. G. (2000). *Adversity Quotient* (Y. Ardiwati (ed.)). PT Grasindo.
- Stoltz, P. G. (2007). *Adversity Quotient, Mengubah Hambatan Menjadi Peluang*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Stoltz, P. G., & Weihenmayer, E. (2008). *Adversity Advantage Mengubah Masalah Menjadi Berkah*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Susila, P. (2018). *Hubungan antara optimisme dengan daya juang menghadapi pertandingan pada atlet sepak bola di kota blitar*. 1–119. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=jurnal+adversity+quotient+dan+cedera&oq=#d=gs_qabs&u=%23p%3DR8Mo8PqJqzAJ
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada Umkm Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1399>
- Yoga, M. (2016). *Adversity Quotient agar Anak Tak Gampang menyerah*. Bandung: PT Tiga Serangkai.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Metode Penelitian. *Diakom : Jurnal Media dan Komunikasi*, 1(2), 83–90.