Adversity Quotient, Optimisme dan Kreativitas Berwirausaha UMKM selama Pandemi Covid-19

(Adversity Quotient, Optimism and UMKM Entrepreneurial Creativity during the Covid-19 Pandemic)

LEA MARSITA SARI¹, NIKEN TITI PRATITIS², MUHAMMAD FARID³

^{1,2,3}Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Email: ¹leam s2@untag-sby.ac.id

Abstrak: Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung menjelang 2 tahun melanda hampir semua negara di dunia termasuk Indonesia, membawa dampak pada semua aspek kehidupan. Tidak hanya berdampak pada perubahan gaya hidup manusia tetapi juga berdampak pada aspek perekonomian. Terlebih setelah pemerintah Indonesia menindaklanjuti himbauan WHO untuk stay at home sebagai upaya memutus rantai penyebaran Covid-19, dengan menerapkan aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kondisi terebut pada akhirnya berefek pada pola konsumsi masyarakat dari offline menjadi online sehingga banyak pelaku usaha yang dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi masyarakat tersebut agar tetap eksis ditengah krisis ekonomi saat ini. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ingin bertahan di saat pandemi tentu harus menjadi lebih adaptif dan bertransformasi digital, menjadi kreatif dalam menjalankan usahanya agar tetap mampu menjual dan memperoleh keuntungan. Persoalannya, untuk menjadi kreatif berwirausaha, para pelaku UMKM ini tentunya membutuhkan kemampuan kecerdasan dalam menghadapi kesulitan selain sikap optimisme yang kuat. Menggunakan metode kuantitatif, penelitian yang bertujuan untuk membuktikan hubungan antara adversity quotient dan optimisme dengan kreativitas berwirausaha UMKM selama pandemi Covid-19 ini, pengambilan datanya melibatkan 105 mitra GoFood yang ada di Surabaya. Menggunakan teknik sampling penelitian convenience sampling, data penelitian vang dihimpun melalui google form diperoleh dari 3 skala penelitian yang telah teruji validitas internal dan diskriminasi aitemnya serta reliabel. Hasil analisis data penelitian menggunakan statistik deskriptif dan rank Spearman menghasilkan kesimpulan bahwa (1) kreativitas berwirausaha pelaku UMKM yang menjadi responden penelitian secara umum termasuk tinggi, (2) Adversity quotient responden penelitian termasuk sedang, (3) Optimisme responden termasuk tinggi, dan (4) Adversity quotient memiliki korelasi positif yang signifikan dengan kreativitas berwirausaha pada pelaku UMKM selama pandemi Covid-19, demikian pula dengan (5) Optimisme memiliki korelasi positif yang signifikan dengan kreativitas berwirausaha pada pelaku UMKM selama pandemic Covid-19.

Kata Kunci: Adversity Quotient, Optimisme, Kreativitas Berwirausaha

Abstract: The Covid-19 pandemic, which has hit almost all countries in the world for almost 2 years, including Indonesia, has had an impact on all aspects of life. Not only has an impact on changes in human lifestyles but also has an impact on economic aspects. Especially after the Indonesian government followed up on the WHO's call to stay at home as an effort to break the chain of spread of Covid-19, by implementing the rules of Large-Scale Social Restrictions (PSBB). This condition ultimately has an effect on people's consumption patterns from offline to online so that many business actors are required to be able to adapt to changes in people's consumption patterns in order to continue to exist in the midst of the current economic crisis. Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) who want to survive during the pandemic must of course become more adaptive and digitally transform, be creative in running their business so that they are still able to sell and earn profits. The problem is, to be creative in entrepreneurship, these UMKM actors certainly need intelligence skills in dealing with difficulties in addition to a strong attitude of optimism. Using quantitative methods, the research which aims to prove the relationship between adversity quotient and optimism with UMKM entrepreneurial creativity during

the Covid-19 pandemic, the data collection involved 105 GoFood partners in Surabaya. Using convenience sampling research sampling technique, research data collected through google form obtained from 3 research scales that have been tested for internal validity and item discrimination and are reliable. The results of the analysis of research data using descriptive statistics and Spearman's rank resulted in the conclusion that (1) the entrepreneurial creativity of UMKM actors who became research respondents was generally high, (2) the Adversity quotient of research respondents was moderate, (3) Respondents' optimism was high, and (4) Adversity quotient has a significant positive correlation with entrepreneurial creativity in UMKM actors during the Covid-19 pandemic, as well as (5) Optimism has a significant positive correlation with entrepreneurial creativity in UMKM actors during the Covid-19 pandemic.

Key words: Adversity Quotient, Optimism, Entrepreneurial Creativity

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung menjelang 2 tahun melanda hampir semua negara di dunia termasuk Indonesia, membawa dampak pada semua aspek kehidupan. Tidak hanya berdampak pada perubahan gaya hidup manusia tetapi juga berdampak pada aspek perekonomian. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) sebanyak 82,85% pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 (BPS, 2020). Menurut laporan *Organisation for Economic Cooperation and Development* (2020), usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kondisi pandemi Covid-19.

Danini (2020) menyatakan usaha kuliner menjadi solusi usaha dimasa pandemi Covid-19 terkhusus usaha kuliner online yang merupakan sektor pasar menjanjikan sebagai kebutuhan dasar GoFood manusia. Jatmiko (2021),mitra mengalami peningkatan drastis dikarenakan perubahan gaya hidup masyarakat akibat pandemi, yakni terjadi peningkatan hingga 50%. Lembaga Demografi Universitas Indonesia (2020) dalam penelitiannya menyatakan pandemi

mendorong UMKM masuk ke dunia digital, mayoritas UMKM yang bergabung mitra GoFood di bulan Maret-Juni 2020, sebanyak 71% yang akan mendapatkan keterampilan tambahan skill berjualan online (77%), kreativitas pemasaran (48%) dan pemanfaatan media sosial (45%). Hampir setengah dari mitra GoFood bergantung pada ekosistem Gojek untuk dapat bertahan selama pandemi Covid-19, serta 90% mitra GoFood juga optimis dapat pulih dan bertumbuh dengan terus bermitra dengan Gojek.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa responden, UMKM kuliner memanfaatkan aplikasi grabfood atau goofood agar produknya dikenal masyarakat khususnya dimasa-masa pandemi Covid-19. Stay at home, menjadikan masyarakat lebih memilih memesan makanan online. Digital marketing sebagai salah satu cara pemasaran produk dengan menggunakan perangkat elektronik. Melalui digital marketing pelaku UMKM dapat menjalin relasi tanpa harus bertemu langsung juga melakukan promosi produknya. Mayoritas pelaku UMKM kuliner melakukan promosi melalui media sosial dan memanfaatkan online delivery untuk menjaga eksistensi bisnisnya selama pandemi.

Pandemi Covid-19 secara tidak langsung memberi efek positif terhadap pola transaksi konsumen, yakni beralih dari offline menjadi online. Hal ini menuntut pelaku UMKM untuk adaptif dan melakukan transformasi digital. Marlinah (2020), peluang bisnis UMKM sifatnya tidak terbatas, bidang apapun dapat berpotensi untuk dijadikan bisnis meskipun saat pandemi Covid-19 tetapi pelaku UMKM perlu memiliki banyak ide kreatif, keahlian dan ketrampilan yang dijual secara online maupun offline. Ardiyansah, dkk (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan kreativitas dan inovasi sangat membantu kegiatan kewirausahaan terkhusus pada pandemi Covid-19. Sesuai penelitian masa Simatupang (2019) keberlajutan usaha UMKM dipengaruhi secara positif oleh kreativitas. Rinto (2019), juga menemukan adanya pengaruh positif antara kreativitas dengan keberlanjutan usaha.

Prinsip teori investasi yang dikemukakan oleh Strenberg dan Lubart (1995) yaitu "buy low, sell high", pada dasarnya individu yang kreatif akan membeli dengan harga serendah mungkin dan menjualnya dengan harga yang tinggi. Individu yang pertama kali tertantang untuk mencoba dan menghasilkan sesuatu yang baru dan memiliki kesesuaian atau manfaat. Individu yang kreatif akan 'menjual dengan harga tinggi" (sell high), ketika sebuah ide sudah menjadi sebuah tren/mode, maka individu yang kreatif akan beralih pada ideide yang lain. Individu kreatif sebagai individu yang mau dan mampu memanfaatkan ide yang tampaknya umum dalam kehidupan sehari-hari, namun oleh individu yang kreatif ide tersebut

menjadi tampak unik dan dapat menghasilkan nilai ekonomis.

Kreativitas tidak tumbuh dengan sendirinya, melainkan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, self efficacy, intellegency, self concept, kecerdasan emosi, regulasi diri, adversity dan optimisme. Pelaku **UMKM** yang tengah menghadapi tantangan dalam kondisi pandemi Covid-19, diperlukan kekuatan bertahan dalam kesulitan serta mampu menyelesaikan kesulitan untuk mencapai kesuksesan dalam hidup. Hal ini dalam psikologi dimaknai sebagai adversity quotient. Stoltz (2000) juga menyebutkan adversity quotient juga berpengaruh terhadap kreativitas. Adversity Quotient sebagai suatu kemampuan untuk menghadapi kesulitan dalam hidup individu. Individu yang memiliki adversity quotient yang baik mampu meraih tujuan dalam hidupnya.

Permasalahan lain yang dihadapi pelaku UMKM salah satunya adalah ketidakpastian akan kondisi pandemi Covid-19. Dikutip dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Kadis KUKM mengharapkan agar UMKM untuk terus optimis, UMKM harus menumbuhkan optimis dan menggali peluang di masa pandemi. Seligman (2006) menyatakan optimisme sebagai suatu pandangan secara menyeluruh, melihat yang baik, berpikir positif dan mudah memberikan sebuah makna bagi diri. Dengan optimisme, usaha akan terus berkembang dan bergerak dengan tren yang selalu positif. Optimisme merupakan faktor penting dalam menunjang kesuksesan berwirausaha (Manove, 2000). Individu yang optimis cenderung lebih kreatif (Rego dkk, 2012; Seligman, 2011). Dengan optimisme akan membantu individu untuk menghasilkan ide-ide baru (Sweeny dkk, 2006; Shepperd dkk, 2007). Individu yang optimis lebih percaya diri dalam melakukan sesuatu yang dibutuhkan. hal inilah yang menyebabkan kreativitasnya lebih tinggi (Lyubomirsky dkk, 2006). Adversity Quotient dan **Optimisme** merupakan hal yang harus dimiliki pelaku UMKM khususnya saat kondisi pandemi Covid-19 sebagai prediktor dalam meningkatkan kreativitas berwirausaha.

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian terdahulu diantaranya, penelitian Setyaji (2020) menunjukkan bahwa kecerdasan adversitas berpengaruh terhadap kelibatan mahasiswa. Kecerdasan adversitas berpengaruh terhadap kreativitas. Kepribadian berpengaruh terhadap kelibatan siswa. Kreativitas berpengaruh terhadap kelibatan siswa. Kepribadian berpengaruh terhadap minat wirausaha. Kelibatan berpengaruh terhadap minat wirausaha. Kreativitas berpengaruh terhadap minat wirausaha. Puspitorini (2016) menunjukkan terdapat hubungan positif antara kecerdasan adversity guru pendidikan jasmani olahraga dan kesehatan dengan kreativitas. Wiguna dan Juwana (2019) penelitian tersebut menyebutkan *adversity quotient* memiliki dampak yang signifikan terhadap kreativitas mahasiswa. Chyi-Lyi (2013) dalam penelitiannya menemukan korelasi positif yang signifikan antara optimisme dengan kreativitas pada pelaku wirausaha. Angguna (2015) tentang hubungan optimisme dengan kreativitas pada mahasiswa yang berwirausaha, tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara kedua variabel, optimisme belum cukup kuat untuk mampu menjelaskan kreativitas dalam berwirausaha dari segi kemampuan berpikir kreatif.

Menyimak dari penelitian sebelumnya yang meneliti antara dua variabel yaitu adversity quotient dengan kreativitas dan optimisme dengan kreativitas, perbedaan pada penelitian ini yakni peneliti menggabungkan tiga variabel tersebut menjadi satu penelitian. Penelitian ini juga menggunakan teori kreativitas dari segi perilaku yang dengan menggunakan teori investasi. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan korelasi adversity quotient dan optimisme dengan kreativitas berwirausaha pada pelaku UMKM, membuktikan korelasi adversity quotient dengan kreativitas berwirausaha pada pelaku UMKM dan membuktikan korelasi optimisme dengan kreativitas berwirausaha pada pelaku UMKM.

METODE

Responden penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah komunitas *partner GoFood* Surabaya. Jumlah populasi dalam penelitian ini terdiri dari 150 mitra *GoFood*. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Adanya fenomena perubahan pola transaksi dan peningkatan mitra *GoFood* saat pandemi Covid-19 menjadi alasan pemilihan responden.

Desain penelitian. Penelitian ini menggunakan desain penelitian jenis kuantitatif. Penelitian ini bersifat penelitian korelasional, yang bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel *adversity*

quotient, optimisme dan kreativitas berwirausaha.

Instrumen penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner metode tertutup, dimana alternatif jawaban ditentukan peneliti. Penyusunan aitem kuesioner terdiri dari pernyataan favorabel dan unfavorabel. Data dalam penelitian ini diperoleh dari alat pengumpulan berupa skala. Skala yang digunakan dalam penelitian ini meliputi skala adversity quotient, skala optimisme dan skala kreativitas berwirausaha. Teknik dalam pemberian skor dalam penelitian ini menggunakan model Likert, dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 1. Skor penilaian butir

Alternatif Jawaban	Skor	
	Favorabel	Unfavorabel
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5
(STS)		

Kreativitas berwirausaha sebagai kemampuan individu dalam mengembangkan maupun menghasilkan produk yang baru atau solusi yang tidak terbayangkan sebelumnya yang memiliki manfaat serta memenuhi tujuan mengelola bisnis. Aitem skala kreativitas berwirausaha yaitu 42 aitem, aitem sahih sebanyak 29 aitem dengan nilai reliabilitas 0,924.

Adversity Quotient merupakan tindakan individu dalam menghadapi, menilai dan merespon kesulitan yang dialami serta ketahanan individu terhadap tantangan untuk terus berjuang dengan gigih untuk meraih kesuksesannya. Aitem skala

adversity quotient yaitu 34 aitem, aitem sahih sebanyak 22 aitem dengan nilai reliabilitas 0,837.

Optimisme sebagai keyakinan individu menyikapi hal vang menyenangkan atau sebaliknya, menempatkan penyebab kegagalan pada keadaan diluar diri, memiliki harapan dan ekspektasi menyeluruh bahwa akan ada banyak hal baik daripada hal buruk terjadi pada masa yang akan datang. Aitem skala optimisme adalah 41 aitem, aitem sahih sebanyak 24 aitem dengan nilai reliabilitas 0,911.

Prosedur penelitian. Penelitian dilakukan Maret-Juni 2021. Tahapan yang dilakukan yakni menentukan fokus penelitian, melakukan studi pendahuluan, membuat perumusan masalah, menyusun kerangka berpikir, menentukan teori, menyusun instrumen penelitian dengan *expert judgement*, pengambilan data, melakukan uji deskriminasi, uji reliabilitas dan uji asumsi dengan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20.0 for windows.

Analisis data. Teknik analisis data menggunakan uji *Rank Spearman* yang diolah menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20.0 for windows. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara adversity quotient dan kreativitas berwirausaha pada UMKM saat pandemi Covid-19 serta hubungan antara optimisme dan kreativitas berwirausaha pada UMKM selama pandemi Covid-19.

HASIL

Analisis data frekuensi sebaran menunjukkan variabel kreativitas berwirausaha 73 responden

(69,5%) berada dalam kategori tinggi dan 32 responden lainnya (30,5%) berada dalam kategori sedang.

Tabel 2. Data deskriptif kreativitas berwirausaha

Kategori Kreativitas Berwirausaha	Frekuensi	Presentase
Rendah (29 – 72,5)	0	0%
Sedang (73 – 101,5)	32	30,5%
Tinggi (102 – 145)	73	69,5%

Analisis data frekuensi sebaran pada variabel adversity quotient menunjukkan 25 responden (23,8%) berada dalam kategori tinggi, 79 responden (75,2%) berada dalam kategori sedang dan 1 responden (1%) berada dalam kategori rendah.

Tabel 3. Data deskriptif adversity quotient

Kategori Adversity Quotient	Frekuensi	Presentase
Rendah (22 – 55)	1	1%
Sedang (56 – 77)	79	75,2%
Tinggi (78 – 110)	25	23,8%

Analisis data frekuensi sebaran pada variabel optimisme, diketahui 79 responden (75,2%) berada di kategori tinggi dan 26 responden (24,8%) berada di kategori sedang.

Tabel 4. Data deskriptif optimisme

Kategori Optimisme	Frekuensi	Presentase
Rendah (24 – 60)	0	0%
Sedang (61 – 84)	26	24,8%
Tinggi (85 – 120)	79	75,2%

Hasil analisis *rank Spearman* diperoleh nilai koefisien korelasi variabel *adversity quotient* dengan kreativitas berwirausaha sebesar 0,446 dengan Sig. = 0,000 (p < 0,05). Maknanya, *adversity quotient* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kreativitas berwirausaha.

Hasil analisis *rank Spearman* diperoleh nilai koefisien korelasi variabel optimisme dengan kreativitas berwirausaha sebesar 0,297 dengan Sig = 0,002 (p < 0,05). Maknanya, optimisme memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kreativitas berwirausaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- a. Ada korelasi positif antara adversity quotient dengan kreativitas berwirausaha pada pelaku UMKM. Semakin tinggi adversity quotient, maka semakin tinggi tingkat kreativitas berwirausaha. Sebaliknya semakin rendah adversity quotient, maka semakin rendah tingkat kreativitas berwirausaha.
- b. Ada korelasi positif antara optimisme dengan kreativitas berwirausaha pada pelaku UMKM. Semakin tinggi tingkat optimisme, maka semakin tinggi tingkat kreativitas berwirausaha. Sebaliknya semakin rendah tingkat optimisme, maka semakin rendah tingkat kreativitas berwirausaha.
- c. Adversity Quotient mayoritas responden 75% berkedudukan sedang bahkan tinggi sebanyak 24%. Optimisme mayoritas responden 75% berkedudukan tinggi, 25% lainnya sedang. Kreativitas berwirausaha mayoritas responden 69,5% berkedudukan tinggi dan 30,5% sedang.

DISKUSI

Uji hipotesis penelitian ini menyatakan terdapat korelasi yang signifikan positif antara

adversity quotient dengan kreativitas berwirausaha **UMKM** selama pandemi Covid-19. pada Adversity quotient dapat mempengaruhi tingkat kreativitas individu (Stoltz, 2000). Individu yang cenderung mampu menghadapi kesulitan atau memiliki respon yang baik dalam menghadapi kesulitan akan tumbuh menjadi individu yang mampu bertindak kreatif. Khususnya saat pandemi Covid-19, pelaku **UMKM** dituntut untuk mempunyai kemampuan yang baik dalam menghadapi situasi buruk atau hambatan sehingga individu akan berusaha dengan keras untuk mencapai kesuksesannya dengan melewati hambatan yang ada.

Pelaku UMKM yang memiliki kemampuan mengendalikan peristiwa sulit yang terjadi di kehidupannya dengan tetap tenang ketika menghadapi situasi sulit khususnya saat pandemi Covid-19. Kondisi tenang ketika menghadapi pandemi, akan membantu individu menghilangkan pikiran lama, buruk dan kembali mengingat kejadian sebelumnya tentang bagaimana individu mampu menyelesaikan masalah terdahulu terkait bisnisnya. Sehingga memunculkan ide-ide dalam menyelesaikan permasalahannya ini. saat merumuskan ide baru dimasa depan. Ide tersebut dapat berupa gabungan ide-ide sebelumnya atau ide baru yang belum terpikirkan, sebagai bentuk terobosan baru terkait penyelesaian masalahnya. Pelaku UMKM yang berusaha mencari tahu penyebab dari masalah-masalahnya kemudian bertanggung jawab atas masalah tersebut akan menuntunnya untuk mengerti, mempelajari penyebab dari masalahnya kemudian mencari inisiatif bagaimana individu harus bertindak sebagai bentuk dari solusi dapat berupa inovasi. Individu tidak lagi berfokus terhadap masalahnya melainkan pada penyelesaian masalah tersebut.

Pelaku UMKM yang mampu memberikan batasan-batasan atas masalah pribadi bisnisnya, dimana ketika individu mendapati masalah dalam bisnisnya, hal ini tidak akan mempengaruhi hal-hal lain terkait kehidupannya dan begitu sebaliknya. Sehingga individu dapat lebih fokus dalam memikirkan solusi dari setiap permasalahan yang dihadapinya. Pandemi Covid-19 yang berdampak pada bisnis khususnya UMKM, membuat pelaku UMKM dituntut dalam kondisi pandemi Covid-19 bertahan sehingga tidak gulung tikar. Kondisi pandemi, **UMKM** tentunya membawa pelaku akan memikirkan berbagai cara atau strategi untuk dapat mempertahankan bisnisnya. Sebagai contoh pelaku UMKM memikirkan produk atau layanan yang akan dijual yang memiliki permintaan pasar tinggi, selain itu juga memperhatikan target atau segmen.

Uji hipotesis selanjutnya menyatakan terdapat korelasi yang signifikan positif antara optimisme dengan kreativitas berwirausaha pada UMKM selama pandemi Covid-19. Ditengah ketidakpastian menghadapi pandemi Covid-19 di Indonesia, berbagai upaya pemerintah dalam mengatasi pandemi Covid-19. Sikap optimis harus dimiliki oleh pelaku UMKM agar memiliki keyakinan kuat untuk dapat berdiri tegak menghadapi pandemi Covid-19. Selain dapat menjaga imunitas, dengan optimisme khususnya

bagi pelaku UMKM dapat meningkatkan kreativitas berwirausaha. Menurut Elfiky (2012) berpikir positif merupakan sumber kekuatan, dengan berpikir positif akan membantu individu memikirkan solusi hingga mendapatkannya.

Sikap optimis akan mengarahkan pikiran kepada hal-hal positif sehingga mendorong semangat untuk meraih hasil yang baik dan tidak merenung akan situasi sulit. Sikap optimis dapat ditunjukan dengan adanya sikap yang tidak mudah menyerah dalam menghadapi kehidupan, selalu mempunyai harapan yang baik, serta selalu berpikir positif dan realistis dalam menghadapi setiap permasalahan. Pelaku UMKM yang optimis akan percaya bahwa situasi buruk, kegagalan dan masalah akibat pandemi Covid-19 hanya bersifat sementara dan tidak akan terjadi terus menerus. Hal ini membuat pelaku UMKM berpikir positif dan berusaha bangkit untuk melewati masalahnya, dengan semangat dan bekerja keras memikirkan berbagai ide untuk dapat melewati masa sulit terkait pandemi Covid-19. Optimis juga akan membuat individu memandang suatu masalah dari sudut pandang yang lebih spesifik, sehingga individu dapat dengan mudah merumuskan ide-ide dikembangkan yang akan guna mengatasi masalahnya. Optimis juga akan membuat individu memiliki keyakinan dalam mengubah sesuatu kearah yang lebih baik, memiliki harapan dan kepercayaan terhadap masa depan. Individu yang mempunyai sikap optimis lebih memperlihatkan bahwa individu lebih produktif dengan terusmenerus menghasilkan sesuatu yang baru. berinovasi dan selalu memiliki harapa yang baik

terhadap masa depan. Rasa optimis yang dimiliki individu mampu memegang kendali atas peristiwa yang dihadapi dan setiap permasalahan yang akan diselesaikan, sehingga lebih percaya diri dalam memunculkan ide dalam berbisnis dan berinovasi.

Pelaku **UMKM** diharapkan dapat meningkatkan kreativitas berwirausaha untuk mempertahankan bisnisnya, salah satunya dengan meningkatkan adversity quotient atau daya tahan akan kesulitan yang terjadi dan tetap optimis selama pandemi Covid-19. Fokus terhadap sesuatu yang dapat dikendalikan. Hal yang menjadi fokus pelaku UMKM saat ini yaitu fokus terhadap dikendalikan sesuatu yang dapat seperti, bagaimana cara agar tidak tertular virus Covid-19 dan bagaimana cara memasarkan bisnisnya agar tetap eksis meskipun pandemi. Ketika mengalami kegagalan maupun kesalahan dalam menjalankan bisnis, terima segala konsekuensinya dengan bertanggung jawab atas kesalahan tersebut. Menjadikan kesalahan sebagai pelajaran dan pengalaman hidup untuk melanjutkan kehidupan dimasa depan. Diharapkan kepada pelaku UMKM agar tidak membawa masalah bisnis ke kehidupan pribadi begitu sebaliknya.

Pelaku UMKM diharapkan mampu bertahan dalam menghadapi masalah khususnya akibat dari pandemi Covid-19 terhadap bisnisnya dengan menyesuaikan diri terhadap kondisi yang sedang terjadi. Sebagai contoh, melakukan penjualan secara *online*, melakukan pemasaran menggunakan *digital marketing*, memperbaiki kualitas produk serta layanan, mengembangkan

ide-ide baru agar tetap menjaga eksistensi bisnisnya.

Pelaku UMKM juga diharapkan tetap optimis dalam menghadapi pandemi Covid-19. Menumbuhkan rasa percaya bahwa penyebab kejadian buruk, kegagalan dan masalah akibat pandemi Covid-19, hanya bersifat sementara. Tetap berpikir bahwa semua kejadian tersebut dapat segera terlewati dan memikirkan strategi agar dapat melewati situasi sulit tersebut. Tetap berusaha melakukan hal-hal baik, perubahan menuju kebaikan dalam berbisnis dan yakin dengan hal tersebut akan dapat mengatasi masalah sedang terjadi. yang Selanjutnya, tidak menyalahkan diri sendiri saat menghadapi kegagalan maupun kesalahan. Menjadikan setiap kegagalan sebagai pembelajaran dimasa yang akan datang. Dan tetap menghargai diri sendiri meskipun belum berhasil, dengan tetap menggunakan keyakinan diri sendiri ketika mengambil keputusan untuk bisnisnya.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini menggunakan variabel prediktor internal, diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar mengkombinasikan dengan variabel prediktor eksternal misalnya dukungan sosial atau kebudayaan.

DAFTAR PUSTAKA

Angguna, W.M. (2015). Hubungan optimisme dengan kreativitas pada mahasiswa yang berwirausaha. *Universitas Indonesia Library*

- Ardiansyah, T. (2020). Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal usaha*, *1*(2), 19-25.
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat. (2020). Statistik Indonesia Tahun 2020. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik.
- Danini, dkk. (2020). Bisnis Kuliner Online, Solusi
 Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19.

 Prosiding Webinar Nasional Peranan
 Perempuan/Ibu dalam Pemberdayaan
 Remaja di Masa Pandemi COVID-19.
 Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Elfiky, Ibrahim. (2012). *Terapi Berpikir Positif.*Jakarta: Zaman
- Jatmiko, L.D. (2021). Ada pandemi mitra GoFood melonjak 50 persen pada 2020. https://teknologi.bisnis.com/read/20210130/2 66/1349935/ada-pandemi-mitra-gofood-melonjak-50-persen-pada-2020
- Juwana, I. D. P., & Wiguna, D. G. E. S. (2019). Determinasi Konsep Diri dan Ketahanmalangan (Adversity Ouotient) terhadap Kreativitas Mahasiswa Jurusan S1 Pendidikan Matematika IKIP PGRI Bali: Determination of Self-Concept and Adversity Quotient on Student Creativity in S1 Mathematics Education Department IKIP Bali. *Emasains*: **PGRI** Jurnal Edukasi *Matematika dan Sains*, 8(1), 112-121.
- Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia. (2020). Peran Ekosistem Gojek di Ekonomi Indonesia Saat dan Sebelum Pandemi Covid-19. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

- Lyubomirsky, S & Sheldon. (2006). How to increase and sustain positive emotion: The effects of expressing gratitude and visualizing best possible selves. *The Journal of Positive Psychology*, 1, 73–82
- Manove, M. (2000). Entrepreneurs, optimism and the competitive edge. Boston University and CEMFI. Retrieved January 3, 2009, from http://www.bu.edu/econ/faculty/manove/Opt.p df
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118-124.
- OECD. (2020). SME Policy Responses:

 Tackling Coronavirus (Covid-19)

 Contributing to A Global Effort. Retrieved from https://oecd.dam-broadcast.com/pm_7379_119_119680-di6h3qgi4x.pdf
- Puspitorini, W. (2016).Kreativitas Guru Pendidikan Jasmani SMP Ditinjau dari Kecerdasan Adversity di Wilayah 3 Kecamatan Cimalaka Kabupaten Sumedang. In Prosiding Seminar dan Lokakarya Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Jakarta (Vol. 1, No. 01, pp. 124-130).
- Rrego, A., Sousa, F., Marques, C., & e Cunha, M. P. (2012). Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity. *Journal of Business Research*, 65(3), 429–437.

- Rinto, R., M., & Dinar, M. Hasan, (2020). Pengaruh Keterampilan Berusaha Dan Kreativitas Kerja Terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga Yang Bermata Pencaharian Di Bidang Usaha Tenun Sarung Toraja Di Kecamatan Mappak Kabupaten Tana Toraja (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR)
- Seligman, M.E.P. (2008). *Menginstal Optimisme*: The New York Times Books Review, Karya Kita Bandung.
- Seligman, M. E., Peterson, C., Diener, E., Zack, M. M., Chapman, D., & Thompson, W. (2011). Mental health promotion in public health: Perspectives and strategies from positive psychology. *American journal of public health*, 101(8), e1-e9.
- Setyaji, B., Yanto, H., & Prihandono, D. (2020). The role of personality, adversity intelligence and creativity in increasing entrepreneurial interest through student involvement in entrepreneurship lectures. *Journal of Economic Education*, *9*(1), 9-18.
- Shepperd, J. A., Pogge, G., & Howell, J. L. (2017). Assessing the conse-quences of unrealistic optimism: Challenges and recommendations. Consciousness and Cognition, 50, 69-78.
- Simatupang, A., & Putra, D. H. (2019). Program
 Pembiayaan Lembaga Keuangan Mikro
 Berdampak Pada Perkembangan Usaha
 Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(2), 187-200.

- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1995). *Defying* the crowd: Cultivating creativity in a culture of conformity. Free Press.
- Stoltz, PG. (2000). Adversity Quotoient, Mengubah Hambatan Menjadi Peluang (diterjemahkan oleh T Hermaya). Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Sweeny, K., Carroll, P. J., & Shepperd, J. A. (2006). Is optimism always best? Future outlooks and preparedness. *Current directions in psycho-logical science*, 15(6), 302-306.