**HUBUNGAN ANTARA *ADVERSITY QUOTIENT* DENGAN INTENSI BERWIRAUSAHA DIGITAL PADA MAHASISWA TINGKAT AKHIR PERGURUAN TINGGI DI YOGYAKARTA**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN ADVERSITY QUOTIENT WITH DIGITAL ENTREPRENEURSHIP INTENTION IN HIGH SCHOOL STUDENTS IN YOGYAKARTA***

**Devi Sindi Prawesti**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

devisindip@gmail.com

081368263556

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di yogyakarta. Hipotesis yang diajukan ada hubungan positif antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di yogyakarta. Jumlah subjek penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di yogyakarta, yang terdiri dari 27 laki-laki (27%), dan 73 perempuan (73%). Pengambilan data penelitian ini menggunakan skala *adversity quotient* dan skala intensi berwirausaha digital. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment*. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi (rxy) = 0,693 (p < 0.01). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di yogyakarta*.* Dari hasil perhitungan nilai determinasi (R²) sebesar 0,480 yang berarti bahwa variabel *adversity quotient* memberikan sumbangan sebesar 48% terhadap intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta.

**Kata Kunci**: *adversity quotient*, intensi berwirausaha digital dan mahasiswa tingkat akhir.

***Abstract***

*This study aims to determine the relationship between adversity quotient and digital entrepreneurship intentions in final year college students in Yogyakarta. The proposed hypothesis is that there is a positive relationship between adversity quotient and digital entrepreneurship intentions in final year college students in Yogyakarta. The number of subjects in this study were 100 final year college students in Yogyakarta, consisting of 27 men (27%), and 73 women (73%). The data collection of this research used the adversity quotient scale and the digital entrepreneurship intention scale. The data analysis technique used iscorrelation product moment. Based on the results of data analysis obtained correlation coefficient (rxy) = 0.693 (p < 0.01). The results showed that there was a positive relationship between the adversity quotient and the digital entrepreneurship intention in final year college students in Yogyakarta. From the results of the calculation of the value of determination (R²) of 0.480 which means that thevariable adversity quotient contributes 48% to the digital entrepreneurship intention of final year college students in Yogyakarta.*

***Keywords****: adversity quotient, digital entrepreneurship intentions and final year students.*

**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam dan sumber daya manusia, tetapi rakyat indonesia saat ini hidup dalam ketimpangan dan kemiskinan (Subianto, 2017). Meskipun demikian permasalahan pengangguran masih menjadi tantangan yang besar bagi pemerintah dan masyarakat indonesia, hal tersebut berdampak pada masalah-masalah lain seperti kemiskinan dan kesenjangan sosial (Astri & Latifah, 2017). Permasalahan Sumber Daya Manusia (SDM) inilah yang menyebabkan proses pembangunan yang selama ini berjalan kurang didukung oleh produktivitas tang memadai (Maulida & Sari, 2015). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran terbuka di Indonesia mencapai 8.746.008 orang pada bulan februari 2021, sedangkan tingkat pengangguran dari lulusan tinggi mencapai 999.543 orang pada bulan februari 2021. Peningkatan pengangguran lulusan perguruan tinggi disebabkan karena para lulusan lebih memilih untuk mencari pekerjaan daripada menciptakan pekerjaan (Iskandar, 2012) dalam (Yuniasanti & Esterlita, 2017). Angka pengangguran di Indonesia naik menjadi 3,7 orang karena dampak covid-19. Menurut Modjo (2020) krisis dalam bidang ekonomi yang ditimbulkan oleh pandemi covid-19 telah berkembang sedemikian rupa dan menyebabkan kontraksi perekonomian global.

Pemerintah indonesia pada tanggal 2 februari 2011 membentuk program dibidang kewirausahaan yaitu gerakan kewirausahaan nasional yang diusung oleh kementrian koperasi dan UKM negara republik Indonesia. Gerakan ini bertujuan untuk meningkatkan populasi wirausaha dan mengentaskan pengangguran di Indonesia (Darmayanti, 2018). Pada tahun 2010, Depdiknas mengeluarkan program pendidikan kerirausahaan ([www.depdiknas.go.id](http://www.depdiknas.go.id)). Pendidikan kewiruasahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku pada mahasiswa menjadi seorang wirausahawan *(entrepreneur)* sejati sehingga mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir (Darmayanti, 2018). Untuk mengatasi fenomena pengangguran tersebut, diharapkan lulusan perguruan tinggi tidak harus selalu melamar ke perusahaan, melainkan juga diarahkan untuk mendirikan usaha sendiri atau berwirausaha (Byarwati dan Sekarsari, 2018). Wirausaha merupakan pemecahan dari masalah pengangguran yang mempunyai potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri (Astri & Latifah, 2017). Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB/UNO) menyatakan bahwa suatu negara akan mampu membangun apabila 2% dari jumlah penduduknya bergerak dalam bidang wirausaha (Rusdiana, 2018).

Bandura (1986) menyatakan bahwa intensi merupakan bagian vital dari regulasi diri individu yang dilatar belakangi oleh motivasi seseorang untuk bertindak. Fishbein & Ajzen (1975) menyatakan bahwa intensi merupakan suatu komponen yang ada dalam diri individu yang mengacu pada keinginan seseorang untuk melakukan tingkah laku tertentu, intensi adalah bagian penting dari teori aksi beralasan. Intensi yang muncul pada diri seseorang tidak dapat muncul begitu saja, karena intensi hanya akan muncul pada diri seseorang ketika dia sudah memiliki kepercayaan bahwa perilaku tersebut bersifat positif. Sumarsono (2013) menyatakan bahwa intensi berwirausaha telah terbukti menjadi prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan. Kewirausahaan menjadi peran yang sangat penting terutama dalam pembangunan ekonomi indonesia (Wisesa & Indrawati, 2016).

Metode pemasaran yang paling efektif untuk beberapa tahun terakhir adalah dengan memanfaatkan teknologi digital, internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat (Siswanto, 2013). Gilster (Dalam Herlina, 2015) literasi digital adalah kemampuan individu dalam menggunakan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir dan kehidupan sehari-hari. Konsep dari media digital marketing yaitu dengan memanfaatkan area luas pada media seperti televisi, radio, perangat mobile hingga internet, dimana media tersebut yang akan digunakan sebagai infografis mengenai produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Digital marketing menjadi sarana paling ampuh untuk menaikkan merek akan suatu produk atau jasa (Oktaviani dan Rustandi, 2018). Pemasaran melalui media digital memegang peranan penting dalam pengembangan perekonomian nasional, dengan menggunakan metode pemasaran digital dapat menjangkau seluruh komunitas dimanapun tanpa terkendala geografis maupun waktu (Purwanti, 2021).

Pemerintah telah melakukan upaya untuk mengatasi masalah pengangguran di Indonesia seperti menerapkan kebijakan pendidikan kewirausahaan. Harapan pemerintah dan masyarakat indonesia adalah angka pengangguran yang menurun. Artinya jika pengangguran di Indonesia menurun maka masalah pengangguran yang termasuk kedalam masalah ekonomi dan sosial dapat teratasi. Angka pengangguran yang tinggi termasuk kedalam masalah ekonomi dan masalah sosial (Mariani, 2013).

Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta yang sedang dalam masa pendidikan untuk mempersiapkan karir dan mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja. Santrock (1997) menyatakan bahwa mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja merupakan tugas perkembangan dari mahasiswa tingkat akhir. Berdasarkan hasil penelitian Ilham, Saputra, Periantalo (2020) mengenai Hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Jambi memunjukan bahwa *adversity quotient* memiliki sumbangan efektif atau memiliki kontribusi sebesar 26,6% terhadap intensi berwirausaha. Seseorang yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi cenderung mampu menghadapi hambatan yang dialaminya kemudian hambatan tersebut dirubahnya menjadi sebuah peluang untuk mencapai kesuksesan.

Shohib (2013) menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan yang ada dalam diri individu untuk meraih kesuksesan yang melebihi keberhasilan orang lain. Seseorang yang berani untuk berwirausaha adalah orang yang berani mengambil resiko, kreatif, mandiri, optimis, dan dapat bekerja keras. Shohib (2013) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi dimungkinkan dapat memiliki karakteristik tesebut. Oleh karena itu *adversity quotient* dapat menjadi faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha. Menurut Stoltz (2000) menyatakan bahwa *adversity quotient* adalah sebuah kecerdasan yang dimiliki seseorang untuk mengatasi kesulitan, *adversity quotient* memiliki tiga bentuk yaitu, *adversity quotient* adalah suatu kerangka kerja konseptual yang baru untuk memahami dan meningkatkan semua segi kesuksesan, *adversity quotient* adalah suatu ukuran untuk mengetahui respons seseorang terhadap kesulitan yang dialami, dan *adversity quotient* merupakan sebuah rangkaian peralatan yang memiliki dasar imiah untuk memperbaiki respons terhadap kesulitan.

Stoltz (2005) menyatakan bahwa *adversity quotient* adalah suatu kemampuan seseorang untuk mengetahui bagaimana respon seseorang dalam menghadapi kesulitan hidupnya. Hartosujono (2015) menyatakan bahwa *adversity quotient* merupakan suatu kemampuan seseorang dalam menerima, mengaitkan secara efektif dirinya dengan cara menghadapi tantangan yang ada. Stoltz (2005) menyatakan bahwa *adversity quotient* dapat membantu seseorang dalam mengelola dan mengatasi ketika dihadapkan pada berbagai peristiwa yang menyulitkan dirinya. Kemudian stoltz (2005) juga menyatakan bahwa seseorang yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi cenderung berpikiran positif dalam menghadapi situasi yang dialaminya. *Adversity quotient*  merupakan salah satu faktor psikologis yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan intensi berwirausaha (prasasta, 2018). Stoltz (2000) menyatakan bahwa individu yang memiliki *adversity quotient*  yang tinggi akan lebih mudah menjalani profesi sebagai seorang wirausaha karena memiliki kemampuan untuk mengubah hambatan menjadi peluang. Individu yang memiliki *adversity quotient* yang tinggiakan mampu menangkap peluang usaha karena memiliki kemampuan untuk menanggung resiko, orientasi pada peluang/inisiatif, kreativitas, kemandirian, dan pengerahan sumber daya.

**METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di yogyakarta. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala model *likert* dengan menggunakan *google form* dan disebarkan melalui media sosial seperti *(whatsapp dan Instagram)* kepada para subjek mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di yogyakarta. Data yang sudah terkumpul kemudian dilakukan analisis secara statistik menggunakan SPSS v.25 *(Statistical Product and Service Solution Version 25).* Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment*. Analisis korelasi *product moment* digunakan untuk mengetahui korelasi antara dua variabel. Kaidah untuk korelasi ini adalah apabila p < 0,050 berarti terdapat korelasi antara variabel bebas dan variabel tergantung, apabila p ≥ 0,050 berarti tidak ada korelasi antara variabel bebas dan tergantung.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis korelasi *product moment* yang telah dilakukan, diketahui korelasi r sebesar 0,693 dengan taraf signifikansi 0,000. Maka hal tersebut menunjukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di yogyakarta. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti bahwa terdapat hubungan positif antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tingi di yogyakarta. Semakin tinggi *adversity quotient* maka semakin tinggi intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta, sebaliknya semakin rendah *adversity quotient* maka semakin rendah intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian Ilham, Saputra, Periantalo (2020) mengenai Hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Jambi menunjukan bahwa *adversity quotient* memiliki sumbangan efektif atau memiliki kontribusi sebesar 26,6% terhadap intensi berwirausaha. Hal tersebut menunjukan bahwa semakin tinggi *adversity quotient* maka semakin tinggi intensi berwirausaha, sebaliknya semakin rendah *adversity quotient* maka semakin rendah intensi berwirausaha. Stoltz (2005) menyatakan bahwa *adversity quotient* adalah suatu kemampuan seseorang untuk mengetahui bagaimana respon seseorang dalam menghadapi kesulitan hidupnya. Stoltz (2005) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi cenderung berpikiran positif dalam menghadapi situasi yang dialaminya.

Bandura (1986) menyatakan bahwa intensi merupakan suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktivitas tertentu atau menghasilkan suatu keadaan di masa depan. Bandura juga mengungkapkan bahwa intensi merupakan bagian vital dari regulasi diri individu yang dilatar belakangi oleh motivasi seseorang untuk bertindak.Fishbein & Ajzen (1975) menyatakan bahwa intensi didefinisikan sebagai dimensi probabilitas subjektif individu dalam kaitan antara diri dan perilaku. Intensi berwirausaha digitalyang tinggi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Ajzen (2005) *theory of planned behavior* menggunakan tiga faktor motivasional dari intensi yang akan mempengaruhi munculnya perilaku, yaitu sikap terhadap tingkah laku, norma subyektif, dan kontrol perilaku.

Kategorisasi data pada penelitian ini juga menggunakan 3 kelompok kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah. Berdasarkan hasil kategorisasi dari intensi berwirausaha digital, maka diperoleh hasil kategori tinggi sebesar 51% (51 subjek), kategori sedang sebesar 49% (49 subjek), dan kategori rendah sebesar 0% (0 subjek). Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di yogyakarta tergolong dalam kategori tinggi. Intensi berwirausaha digital yang tinggi dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di yogyakarta dapat memanfaatkan peluang wirausaha dengan digital yang sedang berkembang pesat pada kalangan generasi milenial dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan untuk dirinya sendiri maupun orang lain. Luntungan (2014) menyatakan bahwa generasi milenial di Indonesia memiliki rentang kelahiran pada tahun 1980 – 2001.

Berdasarkan hasil kategorisasi dari *adversity quotient*, maka diperoleh hasil kategori tinggi sebesar 73% (73 subjek), kategori sedang sebesar 27% (27 subjek), dan kategori rendah sebesar 0% (0 subjek). Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *adversity quotient* tergolong dalam kategori tinggi. *Adversity quotient* merupakan faktor yang akan menentukan sejauh mana sikap, kemampuan, dan kinerja yang dimiliki oleh individu. Oleh karena itu *adversity quotient* memiliki peran yang penting bagi kesuksesan baik dalam bidang pekerjaan maupun dalam kehidupan individu. Individu yang memiliki *adversity quotient* yangrendah akan cenderung kesulitan bertahan dalam keadaan yang sulit, begitu pula sebaliknya jika individu memiliki *adversity quotient* yang tinggi maka akan bertahan dalam keadaan yang sulit dan menghadapi sampai menuju kesuksesan. Stoltz (2005) menyatakan bahwa *adversity quotient* adalah suatu kemampuan seseorang untuk mengetahui bagaimana respon seseorang dalam menghadapi kesulitan hidupnya. Stoltz (2005) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi cenderung berpikiran positif dalam menghadapi situasi yang dialaminya.

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini juga mendapatkan nilai koefisien determinasi R suared (R²) sebesar 0,480 yang berarti bahwa variabel *adversity quotient* memberikan sumbangan sebesar 48% terhadap intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta. Dimana semakin tinggi *adversity quotient* pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta maka semakin tinggi intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta. Sebaliknya, semakin rendah *adversity quotient* pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta maka semakin rendah intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil kategorisasi data diketahui bahwa subjek mahasiswa tingkat akhir perguruan tinggi di Yogyakarta cenderung memiliki intensi berwirausaha digital yang tergolong tinggi dengan jumlah 51 subjek (51%) dan *adversity quotient* termasuk dalam kategori tinggi dengan jumlah 73 subjek (73%). Hasil penelitian ini juga menunjukan bahwa sumbangan efektivitas yang diberikan oleh *adversity quotient* terhadap intensi berwirausaha digital sebesar 48%.

**DAFTAR PUSTAKA**

Astri, W., & Latifah, L. (2017). Pengaruh personal attributes, adversity quotient dengan mediasi self efficiacy terhadap minat berwirausaha. Economic Education Analysis Journal, 6(3)

Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall

Byarwati, Anis, & Meidiati Sekarsari. (2018). Karakteristik Kewirausahaan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yarsi. *Journal of economics and business*

Darmayanti, Putu Ayu Diah. (2018). Membangun Intensi Berwirausaha Melalui Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Kebutuhan Berprestasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa. E-Jurnal Manajemen Unud, 7(2).

Fishbein, Martin., & Ajzen, Icek. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Adisson-Wesley.

Hartosujono, H. (2015). PERILAKU ADVERSITY QUOTIENT MAHASISWA DITINJAU DARI LOCUS OF CONTROL. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *1*(1).

Herlina, S. Membangun Karakter Bangsa Melalui Literasi Digital.

Ilham, M., & dkk. (2020). Hubungan Antara *Adversity Quotient* Dengan Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Jambi. Jurnal Psikologi Universitas HKBP NOMMENSEN, 6(2).

Mariani. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengangguran di kabupaten Aceh Barat. Skripsi Thesis. Universitas Teuku Umar.

Maulida, Y., & Sari, L. (2015). *Analisis Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Pelalawan* (Doctoral dissertation, Riau University).

Modjo, Mohamad Ikhsan. (2020). Memetakan Jalan Penguatan Ekonomi Pasca Pandemi. BINUS University Indonesia. The Indonesian Journal of Development Planning, 4(2).

Oktaviani, F., & Diki, R. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awarness. Universitas BSI. 3(1).

Prasasta, Zita Dhara. (2018). Hubungan Antara *Adversity Quotient* Dengan Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Psikologi Tingkat Akhir. Skripsi Thesis. Universitas Sanata Dharma.

Purwanti, Y. (2021). The Influence of Digital Marketing & Innovasion on The School Performance. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, *12*(7), 118-127.

Rusdiana, H.A. (2018). Kewirausahaan: Teori dan Praktek. Bandung: Pustaka Setia.

Santrock, J. W. (1997). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Terjemahan oleh Istiwidayanti, dkk). Jakarta: Erlangga.

Shohib, M. (2013). Adversity quotient dengan minat entrepreneurship. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, *1*(1), 32-39.

Siswanto, T. (2013). Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Liquidity*, *2*(1), 80-86.

Stoltz, P. G. (2000). Adversity quotient. *Work. Newyork: Harper Collins*.

Stoltz, P G. (2005). Adversity Quotient: Mengubah Hambatan Menjadi Peluang. Jakarta: PT Grasindo.

Subianto, P. (2017). Paradoks Indonesia. Jakarta: Koperasi Garudayaksa Nusantara.

Sumarsono, H. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Jurnal Ekuilibrium, 11(2).

Wisesa, D. & Komang, R. i. Hubungan antara *Adversity Quotient* dengan Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Udayana Yang Mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha.

Yuniasanti, R., & Esterlita, S. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Publikasi Prodi Psikologi UMBY*, 1-16.

[www.depdiknas.go.id](http://www.depdiknas.go.id)