

**HUBUNGAN ANTARA *ADVERSITY QUOTIENT* DENGAN  
INTENSI BERWIRAUSAHA ONLINE PADA MAHASISWA  
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**



Oleh  
**Devi Azizatul Ummah**  
**14410182**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2018**

**HALAMAN JUDUL**

**HUBUNGAN ANTARA *ADVERSITY QUOTIENT* DENGAN  
INTENSI BERWIRAUSAHA ONLINE PADA MAHASISWA  
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana  
Psikologi (S.Psi)

Oleh:  
**Devi Azizatul Ummah**  
**14410182**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HUBUNGAN ANTARA *ADVERSITY QUOTIENT* DENGAN  
INTENSI BERWIRAUSAHA ONLINE PADA MAHASISWA  
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

Oleh:  
**Devi Azizatul Ummah**  
**NIM. 14410182**

Telah disetujui oleh:  
**Dosen Pembimbing**



**Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag**  
**NIP 19730710 200003 1 002**

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Psikologi**  
**UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



**Dr. Siti Mahmudah, M. Si**  
**NIP 19671029 199403 2 001**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HUBUNGAN ANTARA *ADVERSITY QUOTIENT* DENGAN INTENSI  
BERWIRAUSAHA ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal, 18 Desember 2018

**Susunan Dewan Penguji**

**Dosen Pembimbing**

**Anggota Penguji Lain  
Penguji Utama**

**Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag**  
NIP. 19730710 200003 1 002

**Dr. Retno Mangestuti, M.Si**  
NIP. 19750220 200312 2 004

**Ketua Penguji**

**Dr. Zainal Habib, M.Hum**  
NIP. 19760917 200604 1 002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi  
Tanggal, 18 Desember 2018

**Mengesahkan**

**Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

**Dr. Siti Mahmudah, M.Si**  
NIP. 19671029 199403 2 001

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devi Azizatul Ummah

Nim : 14410182

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “**Hubungan Antara Adversity Quotient Dengan Intensi Berwirausaha Online Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**”, adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan Pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi.

Malang, 18 Desember 2018

Penulis,



Devi Azizatul Ummah

NIM. 14410182

## MOTTO

**“KALO BISA SUKSES DI USIA MUDA KENAPA HARUS NUNGGU  
TUA”**

انّ مع المسرايسرا فاذا فرغت فانصب والي ربك فارغب

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila kamu sudah selesai dari satu urusan, tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain dan hanya kepada Allah hendaknya kamu berharap”

(QS. Asy-Syarah: 6-8)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*“Untuk kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan serta semangat dan motivasi agar tetap semangat dalam perjuangan yang saya hadapi saat ini, Bapak Adam Malik dan Ibu Eny Suyati. Tak lupa pula adikku tersayang Dewi Anisa Rahmah yang tak pernah berhenti menghiasi hari dengan canda dan tawa. Serta guru yang saya hormati pembimbing kami Bapak Muhammad Lutfi Mustofa dan Bapak Fathul Lubabin Nuqul ”*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang memmerikan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan makalah ini. Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kehadiran Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya kelak di hari akhir.

Karya ini tidak pernah ada tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah terlibat. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Siti Mahmudah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Muhammad Jamaluddin, M.Si, selaku Ketua Jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak ilmu, nasihat, motivasi, dan berbagai arahan yang berharga pada penulis.
5. Dr. Zainal Habib, M.Hum selaku dosen wali yang selalu memberikan semangat untuk terus maju dan berani terhadap apapun.
6. Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si selaku dosen yang memberi semangat saat suka dan duka. Terimakasih saran-saran yang sangat membantu.



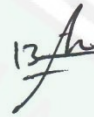
7. Bapak Adam Malik, Ibunda Eny Suyati serta adik tercinta Dewi Anisa Rahmah yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi.
8. Segenap dosen Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staf yang sabar dan selalu melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
9. Responden mahasiswa Psikologi yang memiliki usaha menggunakan instagram, yang mana dengan ikhlas menyediakan waktunya untuk mengisi angket dan memberikan kontribusi besar atas berjalannya penelitian ini.
10. Teman-teman sebimbangan skripsi yang berjuang bersama Uyun, Gisni, Naili, Muazin.
11. Sahabat-sahabat yang tak pernah lelah memberi semangat dan kepercayaan atas perjuangan ini Afroh, Upik, Azka, Mas Fyan, Pras, Aviv, salma.
12. Teman-teman seperjuangan dan tercinta yang selalu mendukung dari sejak awal mahasiswa baru hingga saat ini Uyun, Riska, Merlyn, Rizm, Een, Fida, Zakiyah.
13. Teman yang selalu memberikan banyak saran Wahyu, Naim, Luluk N, Nadia W, dan Lintang mereka datang dan memberikan semangat agar tepat waktu dalam menyelesaikan skripsi.
14. Semua pihak yang ikut membantu dalam menyelesaikan makalah ini baik secara moral maupun material.

Semoga Allah memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan dan jerih payah yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai. Saran kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi menyempurnakan karya tulis

ilmiah ini. Akhirnya penulis berharap semoga makalah ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Malang, 9 Desember 2018

Penulis,



Devi Azizatul Ummah  
NIM. 14410182



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>ABSTRAK</b> .....	xvi
<b>ABSTRACT</b> .....	xvii
مستخلص البحث .....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II : KAJIAN TEORI</b>	
A. Intensi Berwirausaha Online .....	11
1. Definisi Intensi .....	11
2. Definisi Wirausaha .....	13
3. Intensi Berwirausaha Online .....	14
4. Aspek-aspek Intensi Berwirausaha Online .....	14
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Online .....	16
6. Intensi Berwirausaha Online dalam Perspektif Islam .....	18
B. <i>Adversity Quotient</i> .....	18
1. Definisi <i>Adversity Quotient</i> .....	18
2. Aspek-aspek <i>Adversity Quotient</i> .....	20
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Adversity Quotient</i> .....	22
4. Karakter Manusia Berdasarkan Tinggi Rendahnya <i>Adversity Quotient</i> .....	25
5. <i>Adversity Quotient</i> dalam Perspektif Islam .....	26
C. Hubungan <i>Adversity Quotient</i> dengan Intensi Berwirausaha Online .....	28
D. Hipotesis Penelitian .....	30

**BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian.....	31
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	31
C. Definisi Operasional .....	33
1. <i>Adversity Quotient</i> .....	33
2. Intensi Berwirausaha.....	34
D. Populasi dan Sampel.....	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Skala.....	36
2. Observasi.....	37
3. Wawancara.....	38
F. Instrumen Penelitian .....	38
1. Intensi Berwirausaha.....	38
2. <i>Adversity Quotient</i> .....	39
G. Validitas dan Reliabilitas .....	41
1. Uji Validitas .....	41
2. Uji Reliabilitas .....	47
H. Analisis Data.....	48
1. Analisis Deskriptif .....	49
2. Uji Asumsi .....	49

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Pelaksanaan Penelitian.....	52
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	54
3. Jumlah Subjek Penelitian Beserta Alasan Menetapkan Jumlah.....	54
4. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data .....	54
5. Hambatan yang Dijumpai dalam Pelaksanaan Penelitian.....	55
B. Hasil Penelitian.....	55
1. Analisis Deskriptif .....	55
2. Deskripsi Kategori Data.....	56
3. Hasil Uji Asumsi.....	61
4. Hasil Uji Hipotesis.....	62
C. Pembahasan.....	64
1. Tingkat <i>Adversity Quotient</i> Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang .....	64
2. Tingkat Intensi Berwirausaha Online Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.....	66
3. Hubungan <i>Adversity Quotient</i> dengan Intensi Berwirausaha Online pada Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.....	68

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>73</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>75</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Blueprint Variabel.....	33
Tabel 3.2 Blueprint Skala Intensi Berwirausaha.....	39
Tabel 3.3 Blueprint Skala <i>Adversity Quotient</i> .....	40
Tabel 3.4 Respon Pilihan Jawaban Skala .....	41
Tabel 3.5 Daftar Panelis Aiken's V .....	43
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Skala Intensi Berwirausaha.....	45
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Skala <i>Adversity Quotient</i> .....	46
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 3.9 Norma Kategorisasi .....	49
Tabel 3.10 Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i> .....	51
Tabel 4.1 Deskripsi Statistik Skor Empirik .....	55
Tabel 4.2 Norma Kategorisasi .....	56
Tabel 4.3 Kategorisasi Intensi Berwirausaha.....	57
Tabel 4.4 Mean Aspek Intensi Berwirausaha .....	58
Tabel 4.5 Kategorisasi <i>Adversity Quotient</i> .....	59
Tabel 4.6 Mean Aspek <i>Adversity Quotient</i> .....	60
Tabel 4.7 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas.....	62
Tabel 4.9 Hasil Korelasi <i>Product Moment</i> .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	33
Gambar 3.2 Rumusan Aiken's V .....	42
Gambar 3.3 Rumus Uji Validitas .....	44
Gambar 3.4 Rumus Uji Reliabilitas .....	47
Gambar 4.1 Diagram Kategorisasi Intensi Berwirausaha.....	57
Gambar 4.2 Diagram Kategorisasi <i>Adversity Quotient</i> .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembaran Konsultasi.....	76
Lampiran 2 Skala <i>Adversity Quotient</i> .....	77
Lampiran 3 Skala Intensi Berwirausaha .....	79
Lampiran 4 Data Responden.....	81
Lampiran 5 Skor Aitem <i>Adversity Quotient</i> .....	82
Lampiran 6 Skor Aitem Intensi Berwirausaha.....	83
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala <i>Adversity Quotient</i> .....	84
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Intensi Berwirausaha .....	86
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas.....	88
Lampiran 10 Hasil Uji Linieritas .....	89
Lampiran 11 Kategorisasi <i>Adversity Quotient</i> .....	90
Lampiran 12 Kategorisasi Intensi Berwirausaha .....	91
Lampiran 13 Hasil Uji Korelasi <i>Product Moment</i> .....	92
Lampiran 14 Skor Aiken's V Skala <i>Adversity Quotient</i> .....	93
Lampiran 15 Skor Aiken's V Skala Intensi Berwirausaha .....	94
Lampiran 16 Skala Online .....	95
Lampiran 17 Tabel Krejcie .....	119
Lampiran 18 Instagram Wirausaha Online .....	120



## ABSTRAK

Devi Azizatul Ummah, 14410182, Hubungan Antara *Adversity Quotient* dengan Intensi Berwirausaha Online Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Skripsi, Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.

Pembimbing: Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag

---

**Kata Kunci:** *Adversity Quotient*, Intensi Berwirausaha

*Adversity quotient* adalah kemampuan menyelesaikan dan bertahan terhadap masalah. *Adversity quotient* penting dimiliki oleh mahasiswa yang berwirausaha online karena seorang yang berwirausaha rentan menghadapi permasalahan usaha dan berpotensi menjadi kelemahan bagi mahasiswa yang berwirausaha. Sebab itu, mahasiswa harus memiliki intensi berwirausaha yang baik. Intensi berwirausaha adalah orang yang memiliki niat yang ada pada dirinya untuk menampilkan perilaku berwirausaha yang dapat dilihat dari niatan individu untuk berani mengambil resiko, memanfaatkan peluang, menjadi orang yang kreatif, inovatif dan mandiri serta mampu mengelola sumber daya yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan subjek 34 mahasiswa.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik korelasional. Penelitian ini menggunakan dua alat ukur yaitu skala *adversity quotient* berdasarkan teori Sholtz dan skala intensi berwirausaha berdasarkan teori Fishbein dan Azjen. Kedua skala penelitian ini disusun sendiri oleh peneliti dengan berdasarkan teori.

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa subjek memiliki tingkat *adversity quotient* dan intensi berwirausaha yang sedang. Adapun hasil korelasinya terdapat hubungan yang positif antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha dengan  $p = 0,013$  dan nilai korelasi 0.424.

## ABSTRACT

Devi azizatul ummah, 14410182, The Relationship Between Adversity Quotient and the Intentions of Online Entrepreneurship at the Psychology Faculty Students of the State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang, Thesis, Faculty of Psychology UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.

Advisor: Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag

---

**Keywords:** Adversity Quotient, Entrepreneurial Intention

Adversity quotient is the ability to resolve and defend problems. Adversity quotient is important to be owned by students who are entrepreneurship using Instagram media because a person who has entrepreneurship susceptible from facing business problems and has the potential to be a weakness for students who are entrepreneurial. Therefore, students must have good entrepreneurial intentions. Entrepreneurial intentions are people who have the intention that is in themselves to display entrepreneurial behavior that can be seen from the intentions of individuals to take risks, take advantage of opportunities, be creative, innovative and independent and able to manage existing resources.

This study aims to determine the relationship between adversity quotient and the intentions of online Entrepreneurship at the Psychology Faculty students of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. The data collection technique used was purposive sampling with 34 students.

The approach used in this study is quantitative research with correlational techniques. This study uses two measuring instruments, namely the scale of adversity quotient based Sholtz's theory and the scale of entrepreneurial intentions based Fishbein and Azjen's theory. Both scales of this research are prepared by the researchers themselves based on theory.

Based on the results of the study, it was found that the subject had a level of adversity quotient and moderate entrepreneurial intentions. The result of the correlation is a positive relationship between adversity quotient and entrepreneurial intention with  $p = 0.013$  and correlation value 0.424.

## مستخلص البحث

دفي عزيزة الأمة، 14410182، العلاقة بين الشدائد القسمة (*Adversity Quotient*) ونية  
ريادة الأعمال بوسيلة الاستجرام عند الطلاب في كلية علم النفس جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية  
مالانج. البحث الجامعي، قسم علم النفس، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. 2018 م.

المشرف : الدكتور الحاج محمد لطفي مصطفى الماجستير

الكلمات الأساسية : الشدائد القسمة (*Adversity Quotient*)، نية ريادة الأعمال

الشدائد القسمة (*Adversity Quotient*) هي القدرة على حل والدفاع من المشاكل المختلفة. وهي مهمة أن تكون مملوكة من قبل الطلاب الذين هم أصحاب المشاريع باستخدام الاستجرام لأنهم سوف يوجهون المشاكل فيها ومن الممكن أن يكون ضعفا للطلاب الذين هم ريادة الأعمال. لذلك ، يجب أن يكون الطلاب لديهم نوايا ريادية جيدة وممتازة. نوايا ريادة الأعمال هي أشخاص لديهم نية في حد ذاتها لعرض سلوك منظم يمكن رؤيته من نوايا الأفراد لتحمل المخاطر ، والاستفادة من الفرص ، والإبداع والابتكار والاستقلالية والقادرين على إدارة الموارد الموجودة.

الهدف من هذا البحث لمعرفة العلاقة بين الشدائد القسمة (*Adversity Quotient*) ونوايا الريادة بوسيلة الاستجرام عند الطلاب في كلية علم النفس جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. وطريقة جمع البيانات المستخدمة هي أخذ عينة هادفة (*Purposive Sampling*) مع 34 طالبًا. منهجية البحث المستخدمة في هذا البحث هو البحث الكمي بتقنيات الارتباط. يستخدم هذا البحث أداتين من أدوات القياس، وهما مقياس الشدائد القسمة (*Adversity Quotient*) اعتمادا على نظرية صولتز (*Sholtz*) و مقياس نوايا ريادة الأعمال القائمة على نظرية فيصبين (*Fishbein*) وأزجن (*Azjen*). ترتب الباحثة كلاهما باعتماد على النظرية المعينة.

أما نتائج البحث في هذا البحث تبين أنّ هذا الموضوع له المستوى من الشدائد القسمة (*Adversity Quotient*) ونوايا ريادة الأعمال المعتدلة. نتيجة العلاقة المتبادلة هي علاقة إيجابية بين حاصل الشدائد القسمة (*Adversity Quotient*) ونوايا ريادية مع  $p = 0.013$  وقيمة الارتباط 0.424.

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia dapat dikatakan sebagai makhluk sosial karena manusia membutuhkan orang lain dalam kehidupannya. Hubungan antar manusia bisa terjalin dengan berkomunikasi. Seiring perkembangan elektronik hingga sangat pesat seperti saat ini, mengakibatkan timbulnya berbagai macam fasilitas telekomunikasi sehingga diharapkan masyarakat tidak ketinggalan dalam menerima perubahan dan perkembangan teknologi yang kian hari semakin canggih. Perkembangan elektronik didukung dengan mudahnya mengakses segala jenis situs dalam sebuah *gadget*. Di era globalisasi komunikasi yang semakin terdepan, internet menjadi makin sangat populer dikalangan masyarakat. Disadari atau tidak semakin berkembangnya teknologi dapat menjadikan manusia ketergantungan. Teknologi dapat membentuk perasaan, pikiran, serta mengubah tindakan manusia, kemudian manusia dapat menciptakan hubungan simbolik dengan teknologi. Individu telah menciptakan teknologi dan teknologi pada gilirannya menciptakan kembali siapa individu tersebut (Morisson dkk, 2010).

Saat ini sebagian besar masyarakat menggunakan media massa, hidup satu hari tanpa komunikasi massa adalah hal mustahil bagi kebanyakan orang. Jika dahulu hanya mengenal radio, televisi, telepon dan

informasi semakin meningkat. Serta kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi saat ini, dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang dan waktu.

Salah satu media baru yang muncul untuk mencari dan berbagi informasi pada tahun 1990-an adalah internet. Internet (*interconnection networking*) ini merupakan bentuk konferensi dari beberapa teknologi penting terdahulu seperti komputer, televisi, radio, dan telepon. Internet sekarang banyak digunakan dikalangan masyarakat, bahkan sudah menjadi kebutuhan. Internet tidak hanya dijadikan sebagai alat untuk media komunikasi. Bahkan internet tidak dapat terpisahkan dari dunia bisnis, pendidikan, industri dan sosial. Banyaknya pengguna internet yang semakin besar dan berkembang, internet juga memiliki pengaruh besar diatas ilmu dan pandangan dunia. Hanya berpaduan dengan google pengguna diseluruh dunia mempunyai akses internet yang mudah atas berbagai macam-macam informasi (Bungin, 2006).

Para wirausahawan melakukan berbagai cara untuk menjalankan usaha online. Sebagian besar wirausahawan memasarkan usahanya menggunakan berbagai macam media sosial seperti *Facebook, Twitter, Website, Whataap, dan Instragram*. Tetapi dalam penelitian ini peneliti memfokuskan objek penelitian pada salah satu media yaitu instagram karena media instagram memiliki keunikan tersendiri dalam memfasilitasi pengguna (*user*) untuk berkomunikasi dibandingkan dengan media sosial lainnya serta bagaimana pengguna instagram itu sendiri. Maka dari itu

para wirausahawan menggunakan instagram untuk memperjualkan produknya masing-masing.

Salah satunya instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Satu fitur yang dimiliki instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak *instamatic* dan *polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. (id.wikipedia.org, diakses: 2018) kemudian, instagram menggunakan sistem pertemanan dengan istilah *following* dan *followers* yang artinya *following* berarti mengikuti pengguna dan *followers* berarti pengguna yang mengikuti akun. Setiap pengguna dapat berinteraksi dengan memberikan komentar dan memberikan respon (*feedback*) dengan suka (*like*) dengan foto yang telah dibagikan.

Menurut hasil survei 2016 terdapat beberapa penemuan yang menarik tentang Infografik Data Penggunaan Internet berdasarkan Pekerjaan. Penggunaan internet terbanyak berprofesi sebesar 82,2 juta atau 62% sebagai Pekerja / Wirausaha. Urutan pengguna internet berikutnya berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga sebesar 22 juta atau 16,6 % (Isparmo. Internet Marketing, November 2016).

Kemudian Informasi dari Data Perilaku Pengguna Internet berdasarkan Infografis hasil survei 2016, web yang sering dikunjungi oleh

pengguna Internet adalah web onlineshop sebesar 82,2 juta atau 62%. Dan konten sosial media yang paling banyak dikunjungi adalah Facebook sebesar 71.6 juta pengguna atau 54% dan urutan kedua Instagram sebesar 19,9 juta pengguna atau 15% (Isparmo. Internet Marketing, November 2016).

Dari informasi yang diungkapkan diatas, menunjukkan bahwa sosial media memiliki pengaruh dalam menumbuhkan jiwa berwirausaha, khususnya usaha yang berbasis online di Indonesia. Berdasarkan dari laporan Tetra Pak Index 2017, telah mencatat ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Sehingga hampir setengahnya adalah pengguna media sosial atau berkisar 40% (Detiknet, September 2017).

Melihat fenomena ini, peneliti tertarik untuk mengenal apa saja yang menyebabkan terkendala pada mahasiswa yang berwirausaha online salah satunya menggunakan media instagram. Pada tanggal 28 juli 2018 di King kafe peneliti melakukan wawancara dengan salah satu mahasiswa psikologi UIN Malang yang sedang berwirausaha online selama kurang lebih 8 bulan dengan media sosial instragam, adapun hasil ungkapan subjek sebagai berikut:

Y: “Aku mencoba wirausaha online untuk menyalurkan hobiku sih, meskipun aku masih kuliah. Trus, media instagram yang menjadikan sasaran untuk mempromosikan produkku. Soale instagram itu memudahkanku untuk menyebar luaskan usahaku dengan menggunakan *figure hastag*. Karena saat ini banyak yang menggunakan media instagram sebagai usaha online. Kemudian, hambatan yang muncul ketika saya usaha online dengan instagram salah satunya ketika calon pembeli yang tidak jadi membeli produk saya dengan alasan tidak memiliki rekening bersama. Sehingga membuat konsumen ragu-ragu dan

ada rasa takut pada diri konsumen ketika barang yang sudah dibeli tidak sampai tujuan, ini juga dapat merugikan bagi kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli. Dalam menghadapi persaingan saya juga mengemas produk yang saya jual dengan semenarik mungkin, dengan cara membuat promosi semenarik mungkin dan menunjukkan bahwa barang yang dijual memiliki kualitas yang baik.

Hasil wawancara diatas didapatkan bahwa intensi berwirausaha online dari salah satu mahasiswa fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang terlihat memiliki keinginan berwirausaha yang baik. Subjek memilih untuk berwirausaha online agar dapat menyalurkan hobinya, memilih berwirausaha online juga dapat mempermudah menyebar luaskan produk yang dijual. Selain itu, subjek akan menghadapi persaingan-persaingan antar perjual. Subjek juga mendapatkan tantangan agar dapat berfikir kreatif dan inovasi dalam mengkreasikan gambar dalam instagram sehingga dapat memperlihatkan kualitas baik dan dapat menyakinkan konsumen.

Menurut Fishbein dan Ajzen (2000) mendefinisikan secara sederhana intensi adalah niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Sedangkan intensi lebih bersifat spesifik dan memiliki “kesegeraan” atau “kesiapan” dalam arti sebagai predisposisi seseorang yang lebih mengarah pada perwujudan perilaku yang tertentu pula.

Acok (1986) menyatakan bahwa intensi berkaitan erat dengan pengetahuan (*belief*) seseorang terhadap sesuatu hal, sikap (*attitude*) nya pada hal itu, serta dengan perilaku itu sendiri sebagai perwujudan nyata yang terdapat dari intensinya (Dayakisni & Hudaniah, 2009). Ilardo (1981)



mengatakan bahwa antara sikap sampai tahap perilaku tertentu terdapat komponen sebagai mediatornya yaitu intensi.

Agar dapat meningkatkan intensi berwirausaha online, mahasiswa dituntut untuk mulai belajar berwirausaha dengan berbagai alasan yakni ketatnya persaingan mencari pekerjaan dan lapangan pekerjaan semakin sedikit. Sehingga, sudah saatnya bagi mahasiswa yang tidak lagi mencari pekerjaan, tetapi memulai untuk menciptakan lapangan pekerjaan melalui wirausaha online. Wirausahawan mendefinisikan bahwa orang yang bertanggung jawab, mengelola, dan mengukur resiko suatu usaha bisnis. Sedangkan seorang wirausahawan pasti memiliki pribadi yang mandiri dalam mengejar prestasi, ia berani mengambil resiko untuk mengelola bisnis untuk mendapatkan laba. Seorang wirausahawan harus memiliki kepercayaan diri yang kuat dan dapat mempertahankan diri ketika menghadapi tantangan saat merintis usaha bisnis (Machfoedz, 2005).

Terkait intensi berwirausaha online seseorang yang memiliki niat untuk berwirausaha online tidak hanya sekedar keinginan saja, namun juga harus memiliki kecerdasan untuk dapat bertahan dan menghadapi kesulitan dalam menjalankan usaha onlinenya tersebut. Sehingga membutuhkan *adversity quotient*, menurut Stoltz (2002), *adversity quotient* yaitu kecerdasan yang menentukan kemampuan seseorang untuk bertahan menghadapi kesulitan, serta dapat meraih kesuksesan. *Adversity quotient* mempunyai tiga bentuk tingkatan untuk menjalani kesuksesan diantara yaitu: 1) Kerangka kerja konseptual yang baru untuk memahami dan

meningkatkan semua segi kesuksesan. 2) Suatu ukuran untuk mengetahui respons anda terhadap kesulitan. 3) Serangkaian peralatan yang memiliki dasar ilmiah untuk memperbaiki respons anda terhadap kesulitan.

Menurut Khalid (2004) mengatakan bahwa *adversity quotient* adalah satu kecerdasan penting untuk meraih kesuksesan dan kebahagiaan, yaitu kesuksesan mengatasi kesulitan. Kecerdasan ini mampu mengubah hambatan, masalah dan kesulitan menjadi suatu peluang.

Berbicara tentang *adversity quotient* dan intensi berwirausaha, penelitian dari Azizah (2016) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Brawijaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Brawijaya dengan memberikan kontribusi sebesar 45,5%.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Bakti (2016) pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang menunjukkan bahwa sebanyak 80,77 % mahasiswa memiliki intensi berwirausaha, sedangkan 19,33 % yang memiliki intensi berwirausaha rendah. Pada penelitian ini didasari oleh 3 faktor, yaitu (1) sikap berperilaku (*attitude*) (2) Norma Subjektif (Subjective Norm) (3) Persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavior Control*). Faktor sikap berperilaku diketahui kategori tinggi 88,46 % dan pada persepsi kontrol perilaku diketahui kategori tinggi 84,62 %. sedangkan faktor norma subjektif diketahui rendah dengan 9,23 %.

Hasil ini menunjukkan adanya intensi berwirausaha yang tinggi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dalam penelitian ini peneliti akan menguji **“Hubungan antara *Adversity Quotient* dengan Intensi Berwirausaha Online”** pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Peneliti tertarik dengan *adversity quotient* dalam lingkup mahasiswa yang menjalankan usaha online. Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini mahasiswa dituntut untuk lebih kreatifitas dan inovasi untuk menyalurkan hobi-hobinya. Hasil wawancara yang didapatkan dari salah satu mahasiswa psikologi memiliki *adversity quotient* yang baik, karena mahasiswa mampu serta mau belajar menghadapi resiko dan tantangan apapun saat terjun dalam dunia usaha. Meskipun belum sepenuhnya mengerti dunia usaha, dengan ini dunia bisnis dapat terbentuk dari sejak masa muda.

Permasalahan yang ditemui dalam penelitian ini tentang dunia usaha yang mulai ditekuni oleh sebagian mahasiswa untuk belajar berwirausaha online salah satu menggunakan media instagram, berwirausaha tidaklah mudah untuk dilakukan oleh semua orang. Semua harus didasari dengan niat yang kuat serta semangat untuk menjalankannya. Kebanyakan usaha online adalah aplikasi yang dapat menonjolkan gambar, sehingga saat pengambilan gambar harus tepat agar mendapatkan hasil yang bagus, menentukan *hastag* untuk menembak pasar yang tepat, lalu menghadapi persaingan ketat. Oleh karena itu

penelitian ini perlu menelaah tentang *adversity quotient* yang berhubungan dengan intensi berwirausaha online.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah peneliti paparkan sebelumnya maka dapat ditarik suatu rumusan masalah sebagaimana berikut:

1. Bagaimana tingkat *adversity quotient* pada mahasiswa fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Bagaimana tingkat intensi berwirausaha online pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
3. Apakah ada hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui tingkat *adversity quotient* pada mahasiswa fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Maliki Ibrahim Malang?
2. Mengetahui tingkat intensi berwirausaha online pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?

3. Mengetahui apakah ada hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan perkembangan dalam keilmuan terutama pada bidang psikologi sosial dan psikologi industri dalam memahami permasalahan yang berkaitan dengan ketahanan diri dalam menghadapi dunia kerja.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini berfokus dengan permasalahan yang ada pada mahasiswa yang berwirausaha online. Penelitian ini melihat bagaimana intensi berwirausaha online dengan menggunakan media instagram. Serta penelitian ini dapat memberikan pandangan yang baik bagi mahasiswa yang berwirausaha online untuk dapat berfikir kreatif dan inovatif dan dapat belajar bersaing dalam berwirausaha.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Intensi Berwirausaha Online**

##### **1. Definisi Intensi**

Secara sederhana intensi adalah niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Sedangkan intensi lebih bersifat spesifik dan memiliki “kesegeraan” atau “kesiapan” dalam arti sebagai predisposisi seseorang yang lebih mengarah pada perwujudan perilaku yang tertentu pula. Menurut Fishbein dan Ajzen (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009) mendefinisikan intensi dapat dimengerti sebagai suatu komponen konatif dari sikap, sehingga dapat dikatakan bahwa komponen konatif ini berhubungan erat dengan komponen afektif dari sikap.

Acok (1986) menyatakan bahwa intensi berkaitan erat dengan pengetahuan (*belief*) seseorang terhadap sesuatu hal, sikap (*attitude*) nya pada hal itu, serta dengan perilaku itu sendiri sebagai perwujudan nyata yang terdapat dari intensinya (Dayakisni & Hudaniah, 2009). Ilardo (1981) mengatakan bahwa antara sikap sampai tahap perilaku tertentu terdapat komponen sebagai mediatornya yaitu intensi. Kemudian Fishbein dan Ajzen mengatakan terdapat dua faktor utama yang menentukan intensi perilaku, yaitu factor personal atau attitudinal dan faktor sosial atau normatif. Sedangkan teori Dulany, Fishbein dan Ajzen berpendapat bahwa intensi perilaku merupakan fungsi dari sikapnya terhadap perwujudan perilaku dalam situasi tertentu dan

norma-norma yang berpengaruh pada perilaku dan motivasi seseorang untuk mematuhi norma-norma itu. Dengan ini dua hal ini merupakan pencerminan yang pertama dari faktor pribadi/personal atau sikap/attitudinal, kemudian yang kedua adalah perwujudan dari faktor sosial atau normatif.

Triandis (dalam Fishbein, 1967) mengemukakan bahwa terdapat korelasi positif antara sikap dan intensi, meskipun itu tidak konsisten. Ini disebabkan karena pada sikap yang diukur sesuatu yang umum, sedangkan pada intensi yang diukur sesuatu yang sangat khusus. Sehingga ada kemungkinan korelasi itu mengecil atau negatif, kecuali bila sikap, intensi, dan perilaku memiliki spesifikasi yang sama. Kemudian, Fishbein dan Ajzen menamakan teorinya sebagai Teori Tindakan Rasional, kemudian pada perkembangan terakhir mereka menamakan teori mereka sebagai teori tingkah laku yang terencana (*theory of Planned Behavior*). Teori ini hakikatnya sama menggambarkan hubungan diantara keyakinan (*beliefs*), sikap (*attitudes*), dan perilaku (*behavior*). Hanya mereka menambahkan teori baru, mereka menambahkan unsur *perceived behavior control* (keyakinan seseorang tentang sejauh mana taraf kesulitan/kemudahan untuk mewujudkan perilaku tertentu). Bahkan menurut mereka *ceived behavior control* ini dapat mempengaruhi perilaku secara mandiri atau tidak bergantung pada sikap dan norma-norma subjektif. Sebab orang biasanya memperhitungkan apakah ia mampu menunjukkan suatu

perilaku ketika mereka memformasikan niat mereka. Jika suatu perilaku nampaknya melampaui kemampuan (control) mereka, maka mereka mungkin tidak akan memiliki niat untuk menampilkan perilaku itu (Dayakisni & Hudaniah, 2009).

## 2. Definisi Wirausaha

Wirausahawan berasal dari kata *entrepreneur* yang berasal dari bahasa Prancis yang berarti “bertanggung jawab”. Wirausahawan adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyusun, mengelola, dan mengukur resiko suatu usaha bisnis. Sedangkan Seorang wirausahawan adalah pasti memiliki pribadi yang mandiri dalam mengejar prestasi, ia berani mengambil resiko untuk mengelola bisnis untuk mendapatkan laba. Dengan ini seorang wirausahawan harus memiliki kepercayaan diri yang kuat dan dapat mempertahankan diri ketika menghadapi tantangan saat merintis usaha bisnis (Machfoedz, 2005).

Menurut Mc Clelland seorang entrepreneur adalah seorang yang menerapkan untuk mengatur, menguasai alat-alat produksi dan menghasilkan hasil yang berlebihan dan memperoleh pendapatan dari usaha tersebut. Menurut Imam S. Sukardi mengatakan bahwa pengertian wirausaha menunjukkan kepada kepribadian tertentu, yakni pribadi yang mampu berdiri diatas kekuatan sendiri. Bahwa manusia yang mampu berdiri diatas kekuatan sendiri berarti mampu mengambil keputusan untuk diri sendiri, mampu menerapkan tujuan yang ingin dicapai atas dasar pertimbangannya sendiri (As'ad, 2004).



### 3. Intensi Berwirausaha Online

Dari pendapat tentang intensi dan wirausaha mengungkapkan bahwa intensi wirausaha sebagai keinginan yang ada pada diri seseorang yang menampilkan perilaku berwirausaha yang dapat dilihat dari niat individu dalam menanggung resiko, memanfaatkan peluang, serta menjadi orang yang kreatif untuk mengembangkan usahanya dan dapat memanfaatkan sumber daya yang ada dengan mengelola usaha online melalui media instagram sebagai alat untuk mempermudah serta dapat lebih maju sesuai dengan berkembangnya teknologi saat ini.

Berwirausaha online atau biasa disebut dengan wirausaha modern adalah usaha bisnis yang dilakukan atau dijalankan dengan bantuan menggunakan internet, karena dalam usaha penjualan memulainya dengan display barang, promosi, pelayanan pelanggan, dan komunikasi dilakukan secara online melalui internet. Seperti saat ini peneliti menggunakan penjualan dengan menggunakan media online yaitu instgram. Jadi, semua pekerjaan dan kegiatan bisnis tersebut dilakukan dengan didepan computer maupun *gadget* yang terkoneksi oleh internet.

### 4. Aspek-Aspek Intensi Berwirausaha Online

Menurut Fishbein dan Ajzen (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009) aspek-aspek berwirausaha diperoleh dari ciri-ciri perilaku wirausaha menurut Sukandi, serta yang disertai oleh aspek-aspek intensi yaitu:

- a. Perilaku (*behavior*) yaitu perilaku spesifik yang nantinya akan diwujudkan secara nyata pada diri wirausaha. karena, pada konteks berwirausaha yang akan diwujudkan merupakan bentuk – bentuk perilaku spesifik yaitu tidak menyenangi kerja yang lamban, dan suka mengambil resiko, serta dapat mempengaruhi orang agar lebih giat lagi dalam bekerja. Kemudian, disamping itu ia menyenangi konsep, gagasan dan teknologi baru agar cara – cara yang baru ditetapkan itu lebih efisien.
- b. Sasaran (*target*), yaitu objek yang menjadi sasaran dari perilaku spesifik serta dapat digolongkan menjadi tiga, objek tertentu (*particular object*), sekelompok objek (*a class of object*), dan orang pada umumnya (*any object*). Pada ruang lingkup berwirausaha objek yang menjadi sasaran perilaku spesifik adalah berupa wirausaha ataupun teman.
- c. Situasi (*situation*), yaitu situasi yang mendukung untuk dilakukannya sesuai perilaku, bagaimana dan dimana perilaku itu akan terwujud. Dalam artian lain situasi adalah lokasi terjadinya perilaku.
- d. Waktu (*timer*) yaitu terjadinya perilaku yang meliputi waktu tertentu, dalam satu periode atau tidak terbatas dalam satu periode, misalnya waktu spesifik (hari, tanggal, jam tertentu), periode tertentu (bulan tertentu) dan waktu tidak terbatas (waktu yang akan datang).

Menurut Fishbein dan Ajzen mengungkapkan tiga faktor-faktor yang mempengaruhi intensi Hudaniah (2009) yaitu:

a. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*)

Sikap terhadap perilaku adalah sebuah penilaian yang bersifat pribadi dari orang yang bersangkutan, meyangkut pengetahuan dan kenyakinanya mengenai perilaku tertentu, baik dan buruknya, keuntungan serta manfaatnya.

b. Norma Subjektif (*subjective norm*)

Norma subjektif ini mencermintakan pengaruh sosial, yaitu persepsi seseorang terhadap tekanan sosial (masyarakat, orang-orang sekitar) untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tingkah laku.

c. Kontrol perilaku yang disadari (*perceived behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan persepsi mengenai sulit atau mudahnya seseorang untuk menampilkan tingkah laku tertentu dan dapat diasumsikan merefleksikan pengalaman masa lalu beserta halangan atau rintangan yang diantisipasi.

##### **5. Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Online.**

Menurut Ariyani (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha adalah :

a. Efikasi Diri

Efikasi diri adalah evaluasi tentang kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menyelesaikan tugas dan tantangan. (Chen

1998) berpendapat bahwa efikasi diri sebagai suatu kekuatan dan kepercayaan seseorang yang mampu menunjukkan kinerjanya dalam berbagai peran dan tugas kewirausahaan. Efikasi diri dapat diukur dengan dimensi seperti kepercayaan diri, memiliki jiwa kepemimpinan dan kematangan mental.

b. Norma Subjektif

Aturan atau tuntutan dari seseorang yang berada dekat dengan individu dalam hal berwirausaha, sehingga mengikuti saran dari orang tersebut. Menurut (Suryana, 2003) keberhasilan berwirausaha didorong dengan adanya dukungan dari luar yaitu orang tua, teman. Dukungan dari orang terdekat dapat mengarahkan pada seseorang untuk menjadi wirausaha.

c. Pendidikan

Pentingnya pendidikan dikemukakan oleh Holt yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan akan membentuk individu untuk mengejar karir kewirausahaan. Pendidikan formal memberikan pemahaman yang lebih baik tentang proses kewirausahaan, tentang yang dihadapinya para pendiri usaha baru dan masalah-masalah yang harus diatasi agar berhasil.

## 6. Intensi Berwirausaha Online dalam Perspektif Islam

Penjelasan semangat berwirausaha terdapat dalam QS Hud: 61 dan QS Mulk: 15. Dimana seorang manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya kearah yang lebih baik serta berusaha untuk mencari rizki.

وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَنُدْخِلَنَّهُمْ فِي الصَّالِحِينَ  
 وَإِلَىٰ نَمُودَٰ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ  
 وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَعِزُّوهُ ثُمَّ تَوْبُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُّجِيبٌ (٦١)

Artinya: “Dan kepada kaum samud (kami utus) saudara mereka, salih. Dia berkata “Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain selain Dia. Dia menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurannya karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertaubatlah kepada-Nya, sesungguhnya Tuhanku Amat Dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenalkan (doa hamba-Nya).” (QS Hud: 61) (Al-Qur’an Cordoba : 2012).

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ (15)

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajalah di segala penjurunya dan makanlah sebagian rezeki-Nya dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS Al Mulk: 15) (Al-Qur’an Cordoba : 2012).

### B. Adversity Quotient

#### 1. Definisi *Adversity Quotient*

*Adversity quotient* atau biasa disingkat dengan AQ, dikembangkan pertama kali oleh Paul G. Stoltz. Seorang konsultan yang sangat terkenal dalam topik-topik kepemimpinan di dunia kerja dan dunia pendidikan berbasis skill. Ia menganggap bahwa IQ dan EQ

tidaklah cukup untuk mencapai kesuksesan seseorang, karena ada faktor lain berupa motivasi dan dorongan dari dalam, serta sikap pantang menyerah. Faktor itu disebut *adversity quotient*.

Menurut Stoltz (2000), mengungkapkan bahwa kesuksesan seseorang dalam menjalani kehidupan terutama ditentukan oleh tingkat *adversity quotient*. *Adversity quotient* mempunyai tiga bentuk diantara yaitu: 1) Kerangka kerja konseptual yang baru untuk memahami dan meningkatkan semua segi kesuksesan. 2) Suatu ukuran untuk mengetahui respons anda terhadap kesulitan. 3) Serangkaian peralatan yang memiliki dasar ilmiah untuk memperbaiki respons anda terhadap kesulitan.

Widyaningrum (2007) mengatakan bahwa pentingnya *adversity quotient* dalam mencapai suatu perhatian. Menurutnya bahwa *adversity quotient* merupakan suatu kemampuan individu dalam menghadapi realita kehidupan yang sulit sehingga mampu untuk mencapai keberhasilan. Individu yang tidak memiliki *adversity quotient* akan mengakibatkan ketidakmampuan untuk mengatasi kesulitan.

Menurut Khalid (2004) mengatakan bahwa *adversity quotient* adalah satu kecerdasan penting untuk meraih kesuksesan dan kebahagiaan, yaitu kesuksesan mengatasi kesulitan. Kecerdasan ini mampu mengubah hambatan, masalah dan kesulitan menjadi suatu peluang.

Berarti dapat disimpulkan bahwa *adversity quotient* adalah kemampuan berfikir, mengelola, dan mengarahkan tindakan dalam bentuk kognitif dan perilaku serta ketahanan seseorang terhadap tantangan dan kesulitan untuk terus berjuang dengan gigih dalam meraih pencapaian hidup atau kesuksesan.

## 2. Aspek-aspek *Adversity Quotient*

Menurut Stoltz (2000) *adversity quotient* memiliki empat dimensi yang biasanya disingkat dengan CO2RE yaitu:

### a. *Control* (kendali)

Control sendiri berkaitan dengan seberapa besar orang merasa mampu untuk mengendalikan dirinya untuk menghadapi kesulitan, karena control dapat berperan ketika kita sedang merasakan kesulitan. Semakin tinggi control yang dimiliki semakin tinggi kemungkinan seseorang untuk dapat bertahan menghadapi kesulitan dan tetap teguh dalam niat dalam menyelesaikan masalah. Demikian sebaliknya, jika semakin rendah control maka akibatnya seseorang menjadi tidak berdaya menghadapi kesulitan dan mudah menyerah.

### b. *Origin dan Ownership* (Asal Usul dan Pengakuan)

Asal usul dan pengakuan atau dalam istilah lain dapat disebut kepemilikan didalam kenyataannya akan timbul pertanyaan apa atau siapa yang menimbulkan kesulitan dan sejauh mana seorang individu menganggap dirinya dapat mempengaruhi dirinya sendiri sebagai

sebab dari asal usul kesulitan. Orang yang memiliki origin (asal usul) rendah cenderung berfikir bahwa kesulitan atau permasalahan yang datang itu karena kecerobohan, kesalahan, ataupun kebodohan diri sendiri dan berakibat pada perasaan dan pikiran yang dapat merusak semangat.

c. *Reach* (Jangkauan)

Jangkauan termasuk dalam *adversity quotient* yang membahas tentang pertanyaan sejauh manakah kesulitan dijangkau dalam bagian lain dari individu. Jangkauan juga berarti pada sejauh mana kesulitan yang ada akan menjangkau, karena ini termasuk dalam kehidupan seseorang. Jangkauan ini dapat menunjukkan kemampuan dalam melakukan penilaian bebas kerja yang dapat menimbulkan stress. Semakin tinggi jangkauan seseorang, maka semakin besar kemungkinan dalam merespon kesulitan sebagai bentuk yang spesifik dan terbatas. Semakin efektif dalam menahan jangkauan kesulitan, maka seseorang akan lebih berdaya dan perasaan kurang mampu dan dapat membedakan yang relevan dengan kesulitan yang ada, sehingga ketika memiliki masalah dalam satu bidang dia tidak akan merasa mengalami kesulitan untuk seluruh aspek kehidupan individu.

d. *Edurance* (Daya Tahan)

Dimensi ini dapat diartikan ketahanan yaitu dimensi yang mempertanyakan berapa lama situasi sulit berlangsung. Individu



yang memiliki *adversity quotient* rendah merasa bahwa situasi sulit akan terjadi selamanya. Individu yang memiliki *adversity quotient* rendah memandang kesulitan sebagai peristiwa yang akan berlangsung secara terus-menerus dan menganggap positif hanyalah bersifat yang sementara. Sementara individu yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi memiliki kemampuan yang luar biasa untuk tetap memiliki harapan dan tetap berfikir optimis.

### **3. Faktor-Faktor yang Dapat Mempengaruhi *Adversity Quotient***

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *adversity quotient* menurut Stoltz (2000) adalah sebagai berikut:

#### **a. Daya saing**

Jason & Saligman (2000) berpendapat bahwa *adversity quotient* yang rendah dikarnakan tidak memiliki daya saing ketika menghadapi kesulitan, sehingga kehilangan kemampuan untuk menciptakan peluang dalam kesulitan yang dihadapi.

#### **b. Produktivitas**

Penelitian yang dilakukan dalam sejumlah perusahaan menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara kinerja karyawan saat mereka merespon kesulitan. Disini dapat diartikan bahwa respon konstruktif yang diberikan seseorang dalam menghadapi kesulitan akan membantu meningkatkan kinerja lebih baik, dan sebaliknya ketika mendapatkan respon destruktif pasti memiliki kinerja yang rendah.

c. Kreativitas

Menurut Barker (2000), mengungkapkan bahwa kreativitas muncul dari keputusasaan. Karena, kreativitas menuntut kemampuan untuk mengatasi kesulitan yang timbul. Kemudian ketidakberdayaan akan menghancurkan kreativitas orang-orang yang cemerlang dan berbakat. Serta orang-orang yang tidak mampu menghadapi kesulitan pasti tidak mampu bertindak kreatif.

d. Motivasi

Seseorang yang dianggap memiliki *adversity quotient* yang tinggi dianggap sebagai orang-orang yang paling memiliki motivasi. Artinya seseorang yang memiliki motivasi tinggi pasti dapat menyelesaikan kesulitan dengan segenap kemampuan.

e. Mengambil resiko

Penelitian yang dilakukan oleh Satterfield dan Saligman (Stoltz, 2000) menunjukkan bahwa seseorang yang mempunyai *adversity quotient* tinggi lebih berani dalam mengambil resiko. Ini dikarenakan seseorang yang *adversity quotient* tinggi merespons kesulitan secara lebih konstruktif.

f. Perbaikan

Seseorang yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi senantiasa berupaya mengatasi kesulitannya dengan konkrit. Yaitu akan melakukan segala sesuatu untuk perbaikan dan menjadi lebih

baik lagi. Sedangkan orang yang *adversity quotient* lebih rendah pasti tidak akan melakukan hal-hal membuatnya lebih baik.

g. Ketekunan

Saligman mengungkapkan bahwa seseorang yang merespon kesulitan dengan baik akan senantiasa bertahan.

h. Belajar

Carol Dweck (2000) membuktikan bahwa anak-anak merespons pesemistis terhadap kesulitan tidak akan belajar dan berprestasi jika dibandingkan dengan anak-anak yang memiliki pola pikir lebih optimistis.

i. Merangkul perubahan

Sebagian orang mengatakan perubahan membuatnya menjadi kewalahan. Mereka melihatnya sebagai ancaman tetap yang jangkaunnya jauh dan berada diluar kendali. Mereka memeluk perubahan cenderung merespon kesulitan secara lebih konstruktif dengan memanfaatkan dan memperkuat niat. Selanjutnya, mereka merespon dengan mengubah kesulitan yang menjadi peluang. Orang-orang yang hancur oleh perubahan akan hancur oleh kesulitan.

j. Keuletan, Stress, tekanan, dan Kemunduran

Suzanne Oullette, mengungkapkan bahwa orang-orang yang merespon kesulitan dengan sifat tahan banting, pengendalian, tantangan, dan tandangan, dan komitmen cenderung akan menjadi lemah akibat situasi yang sulit. Kemudian, Emmy Werner ahli

psikologi anak-anak, menemukan bahwa anak-anak yang merespons secara positif akan menjadi ulet, dan akan bangkit kembali dari kemunduran-kemunduran yang besar.

#### 4. Karakter Manusia Berdasarkan Tinggi Rendahnya *Adversity Quotient*

Stoltz (2000) menggambarkan kemampuan *adversity quotient* dan seseorang tersebut dapat dinilai apabila memiliki AQ yang tinggi, rendah, atau tidak memiliki AQ sama sekali. Kemudian Stoltz membagi tipe-tipe manusia ini dengan menggambarkan orang yang sedang melakukan pendakian gunung, yaitu:

a. Berhenti (*Quitters*)

Mereka yang berhenti adalah orang yang memilih untuk keluar, menghindari kewajiban, mundur, dan berhenti. Mereka menolak kesempatan yang diberikan oleh gunung, mengabaikan, meninggalkan dorongan inti yang manusiawi untuk mendaki, dengan demikian juga meninggalkan banyak hal yang ditawarkan oleh kehidupan.

b. Berkemah (*Campers*)

Mereka yang pergi tidak seberapa jauh, lalu berkata, “sejauh ini sajalah saya mampu mendaki (atau ingin mendaki).” Karena bosan, mereka mengakhiri pendakiannya dan mencari tempat datar yang rata dan nyaman sebagai tempat bersembunyi dari

situasi yang tidak bersahabat. Mereka memilih untuk menghabiskan sisa-sisa hidup mereka dengan duduk di situ.

c. Pendaki (*Climbers*)

Mereka yang menghiraukan latar belakang, keuntungan atau kerugian nasib buruk atau nasib baik, dia terus mendaki. *Climber* adalah pemikiran yang selalu memikirkan kemungkinan-kemungkinan, dan tidak pernah membiarkan umur, jenis kelamin, ras, cacat fisik atau mental, atau hambatan lainnya menghadapi pendakiannya.

### 5. *Adversity Quotient* dalam Perspektif Islam

Dalam hadits shahih Rasulullah SAW bersabda bahwa umat Islam sebelum melakukan segala sesuatu termasuk diantaranya diharuskan bersemangat dan nyakin akan perlindungan dari Allah SAW dan janganlah sesekali kita merasa lemah untuk mencobanya, jika itu akan memberikan manfaat yang baik untuk diri sendiri dan orang lain.

إِحْرَاصٌ عَلَيَّ مَا يَنْفَعُكَ وَاسْتَعِينُ بِاللَّهِ لَا تَعْجَزُ

Artinya: “Bersemangatlah terhadap sesuatu yang memberikan manfaat kepadamu, berlindunglah kepada Allah dan janganlah kamu merasa lemah ” (H.R. Muslim).

Dalam hadits ini pada hakikatnya mengerjakan tentang ketangguhan diri, tidak lemah apabila putus asa dan pasti agar mampu bertahan dalam segala bentuk tantangan.

وَلَنبَلُوَكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ  
 (155) الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ (156) أُولَئِكَ عَلَيْهِمْ  
 صَلَوَاتٌ مِّن رَّبِّهِمْ وَرَحْمَةٌ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُهْتَدُونَ (157)

Artinya: Dan sungguh akan kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar. (yaitu) orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka mengucap: “Inna lillaahi wa inna ilaihi raaji’uun” (Artinya: Sesungguhnya Kami adalah milik Allah dan kepada-Nya Kami Kembali). [Kalimat ini dinamakan kalimat istirjaa (Pernyataan kembali kepada Allah). Disunatkan menyebutnya waktu ditimpa marabahaya baik besar maupun kecil)]. Mereka itulah yang mendapatkan keberkatan yang sempurna dan rahmat dari Tuhan mereka dan mereka itulah orang-orang yang mendapatkan petunjuk (QS Al-Baqarah 155-157). (Al-Qur’an Cordoba : 2012).

Dalam surat Al Baqarah ayat 155-157 telah diterangkan bahwa Allah saw kembali memerintahkan bagi hamba-hambaNya untuk bersabar dalam menghadapi berbagai cobaan hidup di alam dunia. Karena, kesabaran ini berdasarkan pada keyakinan bahwa betapapun besarnya musibah maka Allah swt akan selalu bersama orang-orang yang bersabar serta melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada mereka.

*Adversity quotient* dapat kita teladani dari para nabi Allah, seperti dalam kisah Nabi Yusuf as adalah guru besar dalam *adversity quotient* yang tidak mengajarkan *adversity quotient* dengan teori, akan tetapi mengajarkan sekaligus dengan pengalaman hidupnya sendiri selagi masa kanak-kanak sampai dewasa. Hidupnya penuh dengan ujian, cobaan, tantangan dan kesulitan. Mulai dari problematika

keluarga yang sejak kecil mendapatkan tekanan dari saudara-saudaranya, godaan wanita cantik yang difitnah istri pembesar mesir hingga dipenjara dan sampai pada cobaan kekuasaan. Akan tetapi atas pertolongan Allah swt akhirnya beliau mampu keluar dari semua itu hingga menjadi pemenang di dunia kesuksesannya menjadi seorang raja, dan di akhirat sebagai hamba yang diridhoi oleh Allah (Khalid, 2004).

### **C. Hubungan *Adversity Quotient* dan Intensi Berwirausaha Online.**

Kesuksesan seseorang dalam menjalani kehidupan ditentukan oleh *adversity quotient*. *Adversity quotient* memiliki tiga bentuk yaitu kerangka kerja konseptual yang baru untuk memahami dan meningkatkan semua segi kesuksesan, kemampuan untuk menghadapi kesulitan, dan serangkaian peralatan yang memiliki karya ilmiah untuk menghadapi respons terhadap kesulitan (Stoltz, 2000). Dengan demikian mahasiswa yang berwirausaha online menggunakan media instagram belajar untuk menghadapi persaingan dengan rekan bisnisnya untuk lebih mengembangkan usahanya dan mulai menghadapi masalah-masalah dengan sendiri.

Menurut Fishbein & Ajzen mendefinisikan intensi sebagai niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Sedangkan intensi lebih bersifat spesifik dan memiliki “kesegeraan” atau “kesiapan” dalam arti sebagai predisposisi seseorang yang lebih mengarah pada perwujudan perilaku yang tertentu pula (Dayakisni & Hudaniah, 2009). Wirausahawan

adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyusun, mengelola, dan mengukur resiko suatu usaha bisnis. Sedangkan Seorang wirausahawan adalah pasti memiliki pribadi yang mandiri dalam mengejar prestasi, ia berani mengambil resiko untuk mengelola bisnis untuk mendapatkan laba. Dengan ini seorang wirausahawan harus memiliki kepercayaan diri yang kuat dan dapat mempertahankan diri ketika menghadapi tantangan saat merintis usaha bisnis (Machfoedz, 2005).

Penelitian Dhanita & Hidayat (2015), tentang “Gambaran *Adversity Quotient* pada Wirausahawan Melayu di Bidang Kuliner” dalam hasil penelitian menyatakan kedua informan memiliki *adversity quotient* karena berhasil menemukan cara mengatasi masalah masa dimana mengalami hambatan, mengatasi persaingan usaha dan masalah didalam lingkungan kerja. Kedua informan menggambarkan dirinya sebagai orang melayu yang memiliki cerminan bahwa orang melayu bisa maju dan mampu berkecimpung dalam dunia wirausaha dan menjadi wirausahawan melayu yang sukses.

Penelitian Julita & Prabowo (2018), tentang “Intensi Berwirausaha ditinjau dari *Adversity Quotient* pada mahasiswa Program Studi Management Universitas Katolik Soegijapranata Semarang” hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif yang sangat signifikan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha. Semakin tinggi *adversity quotient* maka semakin kuat intensi berwirausaha. Sebaliknya semakin rendah *adversity quotient* maka semakin lemah intensi



berwirausaha. *Adversity quotient* berpengaruh pada intensi berwirausaha sebesar 31,47 %.

Dari paparan diatas, penelitian menduga bahwa *adversity quotient* merupakan presiktor utama dalam meningkatkan intensi berwirausaha melalui media instagram pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan uraian teori tersebut, maka peneliti mengajukan hipotesis sementara dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

H<sub>a</sub> : Terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji kebenaran dari teori bahwa terdapat hubungan antara variabel terikat yaitu intensi berwirausaha online dan variabel bebas dalam penelitian ini adalah *adversity quotient*. Menurut Arikunto (2005) mengungkapkan bahwa penelitian ini menggunakan penelitian korelasi, dimana peneliti mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel yang diteliti, dengan desain korelasi seseorang peneliti dapat mengetahui hubungan variasi dalam sebuah variabel dengan variasi lain. Berdasarkan penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2009) mengatakan bahwa metode yang digunakan untuk pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Identifikasi variabel penelitian ini digunakan sebagai penjelasan masalah yang akan diteliti. Maka, dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yakni:

### 1. Variabel Bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang muncul, serta dapat berpengaruh besar dan dapat mempengaruhi variabel terikat (Prasetyo & Jannah, 2005). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah *adversiry quotient*.

### 1. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel terikat (Prasetyo & Jannah, 2005). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah intensi berwirausaha online.

Peneliti menentukan bahwa sebagai *adversity quotient* variabel bebas dan intensi berwirausaha online sebagai variabel terikat karena salah satu aplikasi yang digunakan mahasiswa untuk berwirausaha online, menurutnya berwirausaha online menggunakan media instagram dapat mempermudah usahanya. Ketika semakin tinggi *adversity quotient* maka semakin tinggi pula intensi berwirausaha online. Sebaliknya, semakin rendah tingkat *adversity quotient* maka semakin rendah pula intensi berwirausaha online. Sehingga intensi berwirausaha online dapat dijadikan alat pengukuran, penilaian, perkiraan terhadap karakteristik yang ada pada variabel *adversity quotient*.

**Gambar 3.1**  
**Identifikasi Variabel Penelitian**



**Tabel 3.1**  
**Blueprint Variabel**

Variabel	Aspek
<i>Adversity Quotient</i>	1. <i>Control</i> (Kendali) 2. <i>Origin dan Ownership</i> (Asal Usul dan Pengakuan) 3. <i>Reach</i> (Jangkauan) 4. <i>Edurance</i> (Daya Tahan)
Intensi Berwirausaha	1. Sikap terhadap perilaku ( <i>Attitude toward behavior</i> ) 2. Norma subjektif ( <i>Subjective norm</i> ) 3. Kontrol perilaku yang disadari ( <i>Perceived behavior control</i> )

### C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel serta dapat diamati (Azwar, 2007). Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel penelitian ini adalah:

#### 1. *Adversity Quotient*

*Adversity Quotient* adalah kecerdasan seseorang untuk bertahan menghadapi tantangan dan kesulitan, serta terus berjuang dengan gigih untuk mencapai sebuah kesuksesan. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *adversity quotient* dengan

4 aspek yaitu *control* (kendali), *origin* dan *ownership* (asal-usul & pengakuan), *reach* (jangkauan), dan *edurance* (daya tahan).

## 2. Intensi Berwirausaha

Intensi berwirausaha adalah orang yang memiliki niat yang ada pada dirinya untuk menampilkan perilaku berwirausaha yang dapat dilihat dari perilaku individu untuk berani mengambil resiko, memanfaatkan peluang, menjadi orang yang kreatif, inovatif dan mandiri serta mampu mengelola sumber daya yang ada. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala intensi dengan 3 faktor yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang disadari (*perceived behavior control*).

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek penelitian. Serta, populasi dalam kelompok subjek ini harus memiliki karakteristik-karakteristik bersama yang dapat membedakan dari subjek yang lain. Ciri yang dimaksud tidak terdapat batasan sebagai ciri lokasi, tetapi dapat terdiri dari karakteristik-karakteristik individu (Azwar, 2007). Arikunto (2005) juga mengatakan bahwa sebagai kumpulan individu yang kualitas dan cirinya telah ditetapkan terlebih dahulu.

Berdasarkan penjelasan diatas maka populasi dalam penelitian ini ditetapkan karakteristik-karakteristik tertentu yang dapat disesuaikan

dengan maksud dan tujuan penelitian. Karakteristik dari populasi yang peneliti tentukan adalah mahasiswa fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berwirausaha online menggunakan media instagram.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa tidak semua orang dapat dijadikan menjadi sampel penelitian. Karena dalam penentuan populasi memiliki karakteristik-karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti. Desain sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2009) *purposive sampling* adalah desain penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang telah diberikan oleh peneliti.

Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipatuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu mahasiswa psikologi UIN Malang yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel peneliti yaitu:

1. Mahasiswa fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang masih aktif dalam dunia perkuliahan
2. Mahasiswa psikologi yang memiliki usaha online

3. Minimal telah menjalankan usaha onlinenya kurang lebih 5 bulan
4. Mencantumkan akun media online yang digunakan untuk menjalankan usahanya.

#### **E. Desain Pengumpulan Data**

Dalam proses pengambilan data, peneliti membutuhkan metode untuk dapat mengumpulkan data. Adapun desain pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan cara yakni sebagai berikut:

##### **1. Skala**

Skala adalah suatu desain pengumpulan data berupa pertanyaan-pertanyaan yang tertuju pada indikator perilaku. Pertanyaan tersebut digunakan untuk memancing jawaban yang merefleksikan keadaan diri subjek yang biasanya tidak disadari oleh responden yang bersangkutan. Serta data yang diungkap berupa konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu (Azwar, 2007).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu skala dari variabel *adversity quotient* dan intensi berwirausaha. Skala menjadi desain dalam pengumpulan data primer, dikarenakan skala berfungsi sebagai alat penggali data secara statistik dalam melakukan penelitian yang akan diberikan kepada sampel penelitian yang ditetapkan.

a. Skala Intensi Berwirausaha

Aspek dari intensi berwirausaha menurut Fishbein dan Ajzen terbagi menjadi tiga yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang disadari (*perceived behavior control*). Dalam skala ini peneliti membuat skala penelitian sendiri dengan mengacu dari teori Fishbein dan Ajzen dengan melibatkan tiga aspek tersebut.

b. Skala *Adversity Quotient*

Aspek dari *adversity quotient* menurut Sholtz terbagi menjadi empat yaitu *control* (kendali), *origin* dan *ownership* (asal-usul dan pengakuan), *reach* (jangkauan), *edurance* (daya tahan). Untuk mengukur variabel *adversity quotient*, peneliti membuat sendiri skala penelitian yang mengacu dari teori Sholtz dengan melibatkan empat aspek tersebut.

## 2. Observasi

Menurut Arikunto (2006) observasi atau yang disebut juga pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Observasi dilakukan untuk mengetahui secara langsung subjek peneliti yang akan diteliti. Observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk menentukan lokasi penelitian dan dapat merumuskan masalah penelitian. Observasi yang dilakukan ini sebagai pelengkap pengumpulan data.



### **3. Wawancara**

Menurut Sugiyono (2017) Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan desain wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya pokok-pokok permasalahan yang akan ditanyakan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berwirausaha online menggunakan media instagram.

## **F. Instrumen Penelitian**

### **1. Intensi Berwirausaha**

Skala intensi berwirausaha yang digunakan meliputi faktor-faktor yang mempengaruhi intensi yang dikemukakan oleh Fishbein & Ajzen berdasarkan teori perilaku terencana yang menjadi tiga aspek yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol diri. Dengan memiliki 25 aitem, 13 aitem merupakan aitem favorable. Sedangkan 12 aitem merupakan aitem unfavorable.

**Tabel 3.2**  
**Blueprint Skala Intensi Berwirausaha**

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1	Sikap terhadap perilaku (keyakinan terhadap perilaku berwirausaha)	Pengetahuan individu terhadap usaha	1, 2, 3	4, 5, 6	6
		Keyakinan individu terhadap usaha	7, 8, 9	10, 11, 12	6
2	Norma subjektif (keyakinan normatif)	Harapan individu atas usahanya	13, 14	15, 16	4
		Motivasi untuk mengembangkan usaha	17, 18	19, 20	4
3	Keyakinan kontrol perilaku ( <i>perceived behavior control</i> )	Kemampuan diri dalam mengendalikan usaha	21, 22, 23	24, 25	5
<b>Jumlah Total</b>			<b>13</b>	<b>12</b>	<b>25</b>

## 2. Adversity Quotient

Menurut Stoltz (2000) skala *adversity quotient* yang digunakan memiliki empat dimensi yang biasanya disingkat dengan CO2RE. Serta terdapat 25 aitem dan diperincikan menjadi 13 aitem *favorable* dan 12 *unfavorable*.

**Tabel 3.3**  
**Blueprint Skala *Adversity Quotient***

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1	Control (Kendali)	Kemampuan dalam menghadapi peristiwa yang menimbulkan kesulitan.	1, 2, 3	4, 5, 6, 7	7
2	Origin dan ownership (Asul Usul dan Pengakuan)	Memahami asal usul yang menimbulkan kesulitan.	8, 9	10	3
		Sejauh mana mengakui akibat kesulitan.	12, 13	11, 14	4
3	Reach (Jangkauan)	Membatasi jangkauan kesulitan sehingga tantangan lebih mudah dimengerti.	15, 16, 17	18, 19, 20	6
4	Endurance (Daya Tahan)	Kegigihan dalam menyelesaikan tugas dan bertahan dalam menghadapi kesulitan	21, 22, 23	24, 25	5
<b>Jumlah Total</b>			<b>13</b>	<b>12</b>	<b>25</b>

Penelitian ini menggunakan skala *rating Likert*. Skala *rating Likert* merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Seperti sikap, pendapat, dan persepsi sosial seseorang atau kelompok orang (Hasan, 2002). Dalam skala *rating Likert* yang diukur dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun aitem yang dapat berupa pernyataan dan peranyaan.

Skala *rating Likert* merupakan skala yang menyajikan pernyataan-pernyataan *favourable* dan *unfavourable* dengan menyediakan 4 alternatif jawaban, yaitu sangat setuju (SS), Setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Pada dasarnya skala *Likert* menggunakan 5 alternatif jawaban, jawaban netral atau ragu-ragu sengaja dihilangkan oleh peneliti dengan tujuan untuk menghindari kecenderungan subjek untuk menjawab tengah-tengah (Sugiyono, 2010). Adapun kriteria dalam penelitian dalam penilaian bergerak dari 4,3,2,1 untuk jawaban *favourable* dan 1,2,3,4 untuk jawaban *unfavourable*.

**Tabel 3.4**  
**Respon Pilihan Jawaban Skala**

Respon	Skor	
	Favourable	unfavourable.
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

## G. Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

#### a. Validitas isi

Uji validitas isi yang digunakan dalam penelitian ini ialah validasi logik (*logical*). Uji ini berguna untuk menunjukkan seberapa jauh isi skala mampu mengungkap sikap, perilaku dalam mendukung kontrak teoritik yang akan diukur (Azwar, 2015). Dalam melakukan pengujian logik, peneliti memerlukan evaluasi

dan kesepakatan penilaian dari beberapa ahli yang berkompeten dibidangnya (*expert judgement*).

Peneliti menggunakan validasi logik dengan metode Aiken's V, dimana untuk menghitung koefisien validitasnya didasarkan pada penilaian para ahli mengenai sejauh mana aitem yang digunakan mampu mewakili konstruk yang diukur. Penilaian dilakukan dengan dengan cara memberi angka 1 (untuk sangat tidak relevan) sampai 5 (untuk sangat relevan) (Aiken dalam Azwar, 2015). Untuk menghitung Aiken's V menggunakan rumus sebagai berikut:

**Gambar 3.2**  
**Rumus Aiken's V**

$$V = \sum s / [n(c-1)]$$

Keterangan:

lo = angka penilaian terendah / 1

c = angka penilaian tertinggi / 5

r = angka yang diberikan penilai

s = r – lo

Berikut adalah para ahli yang dipilih peneliti untuk menjadi panelis dalam menilai skala konsep diri, kecerdasan emosi, dan komunikasi interpersonal.

**Tabel 3.5**  
**Daftar Panelis Aiken's V**

<b>Nama Panelis</b>	<b>Bidang keahlian</b>
Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si	Psikologi Sosial
Aprilia Mega Rosdiana, M.Psi	Psikologi Sosial
Umdatul Khoirot, M.Psi	Psikologi Pendidikan
Fina Hidayati, MA	Statistika

Berdasarkan para ahli, terdapat beberapa aitem yang perlu direvisi dalam pemilihan diksi. Sehingga peneliti kembali mengevaluasi yang kemudian keseluruhan aitem diuji validitasnya dengan menggunakan uji coba empirik.

Uji coba empirik digunakan untuk menguji kualitas aitem dengan memberikan skala kepada subjek yang karakteristiknya setara dengan subjek penelitian (Azwar, 2015). Dalam hal ini peneliti menyebar skala kepada 34 responden. Kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan formula *Corrected Item Total Correlation Coefficient* untuk melihat daya diskriminasi aitem. Ini bertujuan untuk melihat aitem mana saja yang memiliki daya beda yang memuaskan, dimana aitem yang memiliki koefisien *item-total correlation* ( $r_{iY}$ )  $\geq 0,3$  maka aitem tersebut dianggap memuaskan dan sebaliknya, aitem yang nilai koefisiennya kurang dari 0,3 memiliki daya beda rendah dan di anggap gugur (Azwar, 2015). Dengan rumus sebagai berikut (Azwar, 2015).

**Gambar 3.3**  
**Rumus Uji Validitas**

$$r_{iY} = \frac{\sum iX - (\sum i)(\sum X)/n}{\sqrt{[\sum i^2 - (\sum i)^2/n][\sum X^2 - (\sum X)^2/n]}}$$

Keterangan:

$i$  = Skor aitem

$X$  = Skor skala

$n$  = Banyaknya subjek

Namun apabila jumlah aitem yang lolos ternyata masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, maka peneliti dapat menurunkan sedikit batas kriteria menjadi 0,25 sehingga jumlah aitem yang diinginkan dapat tercapai (Azwar, 2015). Pada penelitian ini, analisis aitem dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS (*Statistical Program For Sosial Science*) Versi 16.0 for windows.

b. Hasil Uji Validitas

Setelah dilakukan perhitungan, maka selanjutnya membandingkan  $r_{xy}$  setiap aitem dengan  $R_{tabel}$ . Berikut adalah hasil uji validitas yang dilakukan pada dua skala penelitian, yakni : skala *adversity quotient* dan intensi berwirausaha.

## 1) Skala Intensi Berwirausaha

Dari hasil output, diketahui bahwa  $R_{tabel}$  untuk jumlah responden 34 orang adalah 0,3388. Sehingga dapat diketahui:

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Validitas Skala Intensi Berwirausaha**

No. Aitem	$R_{xy}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	0.542	0,3388	Valid
2	0.529	0,3388	Valid
3	0.503	0,3388	Valid
4	0.281	0,3388	Tidak Valid
5	0.394	0,3388	Valid
6	0.741	0,3388	Valid
7	0.050	0,3388	Tidak Valid
8	0.545	0,3388	Valid
9	0.454	0,3388	Valid
10	0.490	0,3388	Valid
11	0.334	0,3388	Tidak Valid
12	0.451	0,3388	Valid
13	0.165	0,3388	Tidak Valid
14	0.412	0,3388	Valid
15	0.354	0,3388	Valid
16	0.267	0,3388	Tidak Valid
17	0.157	0,3388	Tidak Valid
18	0.160	0,3388	Tidak Valid
19	0.223	0,3388	Tidak Valid
20	0.572	0,3388	Valid
21	0.578	0,3388	Valid
22	0.351	0,3388	Valid
23	0.490	0,3388	Valid
24	0.501	0,3388	Valid
25	0.582	0,3388	Valid

Berdasarkan data di atas, skala intensi berwirausaha (X) terdiri dari 25 aitem. Kemudian, terdapat 17 aitem yang valid dan 8 aitem tidak valid yaitu aitem nomor 4, 7, 11, 13, 16, 17, 18, 19.



## 2) Skala *Adversity Quotient*

Dari hasil output, diketahui bahwa  $R_{tabel}$  untuk jumlah responden 34 orang adalah 0,3388. Sehingga dapat diketahui:

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Validitas Skala *Adversity Quotient***

No. Aitem	$R_{xy}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	0.576	0,3388	Valid
2	0.332	0,3388	Tidak Valid
3	0.576	0,3388	Valid
4	0.384	0,3388	Valid
5	0.470	0,3388	Valid
6	0.040	0,3388	Tidak Valid
7	0.122	0,3388	Tidak Valid
8	0.576	0,3388	Valid
9	0.264	0,3388	Tidak Valid
10	0.407	0,3388	Valid
11	0.037	0,3388	Tidak Valid
12	0.438	0,3388	Valid
13	0.296	0,3388	Tidak Valid
14	0.342	0,3388	Valid
15	0.332	0,3388	Tidak Valid
16	0.522	0,3388	Valid
17	0.384	0,3388	Valid
18	0.144	0,3388	Tidak Valid
19	0.346	0,3388	Valid
20	0.496	0,3388	Valid
21	0.488	0,3388	Valid
22	0.165	0,3388	Tidak Valid
23	0.374	0,3388	Valid
24	0.058	0,3388	Tidak Valid
25	0.205	0,3388	Tidak Valid

Berdasarkan data di atas, skala *adversity quotient* (Y) terdiri dari 25 aitem. Kemudian, terdapat 14 aitem yang valid dan 11 aitem tidak valid yaitu aitem nomor 2, 6, 7, 9, 11, 13, 15, 18, 22, 24, 25.

## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali pun diambil, tetap akan sama. Dalam menguji reliabilitas instrumen, penulis menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Program For Sosial Science*) Versi 16.0 *for windows* dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan rumus berikut ini, (Arikunto, 2006):

**Gambar 3.4**  
**Rumus Uji Reliabilitas**

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right]$$

Keterangan :

- $r_{11}$  = Koefesien reliabilitas instrument yang dicari
- $k$  = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah Variansi skor butir soal ke-i
- $i$  = 1, 2, 3, 4, ...n
- $\sigma_i^2$  = Variansi total

Untuk pengukuran reliabilitas instrument pada skala intensi berwirausaha dan *adversity quotient* didasarkan oleh reliabilitas yang memiliki nilai tinggi ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* mendekati angka 1. Sehingga dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Skala	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
Intensi Berwirausaha	0.817	Reliabel
Adversity Quotient	0.761	Reliabel

Berdasarkan data table di atas, dapat diketahui bahwasanya reliabilitas skala instensi berwirausaha diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.817 dan hasil perhitungan reliabilitas untuk skala *adversity quotient* dengan koefisien reliabilitas sebesar 0.761. hasil tersebut mengartikan bahwa instrument yang telah digunakan memiliki nilai reliabilitas yang bisa diterima. Koefisien reliabilitas yang semakin mendekati angka 1, maka artinya semakin reliabel.

#### H. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti. Proses pengolahan data tersebut dilakukan setelah seluruh data dari responden dan sumber lain telah terkumpul. Adapun langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam analisis data ialah memastikan kelengkapan data dari para responden, mengelompokkan data berdasarkan variabel penelitian, menstabilasi, dan melakukan perhitungan dengan rumus-rumus sesuai pendekatan penelitian (Arikunto, 2006).

Pada penelitian ini, desain analisis data dilakukan dengan bantuan *Microsoft Excel* dan *software SPSS (Statistical Program For Sosial*

*Science*) Versi 16.0 for windows. Adapun data yang diperoleh dari skala kuesioner dianalisis dengan desain-desain sebagai berikut.

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui nilai maksimum (maksimal), minimum (minimal), mean (rata-rata), dan standard deviasi pada masing masing variabel. Kemudian dari hasil tersebut dilakukan pengelompokkan menjadi tiga rentang kategorisasi yaitu tinggi, sedang, dan rendah sesuai dengan norma kategorisasi. Adapun norma kategorisasi yang digunakan adalah pada tabel berikut.

**Tabel 3.9**  
**Norma Kategorisasi**

Kategorisasi	Norma
Tinggi	$X > (M + 1SD)$
Sedang	$(M - 1SD) \geq X \leq (M + 1SD)$
Rendah	$X < (M - 1SD)$

### 2. Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk melihat data yang digunakan untuk penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan SPSS. Pedoman yang digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya data yang kita buat itu yakni jika data tersebut memiliki tarif signifikansi  $p > 0.05$  maka data dikatakan terdistribusi normal.

Sedangkan apabila diperoleh signifikansi  $p < 0.05$  maka data tidak normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan *Test for linearity*. Jika nilai *Deviation from linearity* lebih dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang linier. Namun, apabila diperoleh nilai *Deviation from linearity* kurang dari 0.05 maka tidak terdapat hubungan yang linier.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *product moment* dikarenakan adanya pola hubungan dari data yang diperoleh. Analisa korelasional *product moment* merupakan analisis statistik untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih. Karena data yang diperoleh peneliti bersumber dari angket yang bersifat interval, maka analisis korelasional yang dirasa tepat ialah analisis korelasi *product moment*. Adapun pedoman untuk menginterpretasi kuat atau tidaknya hubungan koefisien korelasi pada variabel yang diteliti dapat dilihat pada tabel berikut (Arikunto, 2006).

**Tabel 3.10**  
**Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi *Product Moment***

<b>Besarnya Nilai r</b>	<b>Interpretasi</b>
0.800 – 1.00	Tinggi
0.600 – 0.800	Cukup
0.400 – 0.600	Agak rendah
0.200 – 0.400	Rendah
0.000 – 0.200	Sangat rendah (tidak berkorelasi)



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Pelaksanaan Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan lembaga pendidikan tinggi yang berada di bawah naungan Departemen Agama dan Kebudayaan di bawah pimpinan departemen Pendidikan Nasional dan Kebudayaan. Bertujuan untuk menerjemahkan sarjana psikologi muslim yang mampu mengakses ilmu psikologi dan keislaman (yang bersumber dari Al-Qur'an, Al-Hadist, dan khazanah keilmuan Islam). program studi psikologi pertama kali dibuka pada tahun 1997 sesuai dengan SK Dirjen Binbaga Islam No. E/107/1997, kemudian menjadi Jurusan Psikologi pada tahun 1999 berdasarkan SK Dirjen Binbaga Islam No. E/138/1999, No. E/212/2001, 25 Juli 2001 dan Surat Dirjen Dikti Diknas No. 2846/D/T/2001, tanggal 25 Juli 2001. Pada tanggal 21 Juni 2004 terbit SK Presiden RI No. 50/2004.

Akhirnya, status fakultas psikologi semakin kokoh dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Direktur Jenderal Kelembagaan Agama Islam Nomor:DJ.III/233/2005/ tentang Perpanjangan Izin Penyelenggaraan Program Studi Psikologi Program Sarjana (S1) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, serta SK BAN-PT Nomor: 003/BAN-PT/Ak-X/II/2007, tentang status, Peringkat dan Hasil

Akreditasi Program Sarjana di Perguruan Tinggi yang menyatakan bahwa Fakultas Psikologi UIN Malang terakreditasi dengan peringkat B.

Visi Fakultas Psikologi “Menjadi Program Studi Psikologi terkemuka dalam Psikologi integritas yang berkarakter ulul albab, berwawasan Nusantara, dan berdaya saing di dunia global”. Sedangkan Misi Fakultas Psikologi adalah: (1) Menghasilkan Sarjana Psikologi Islami yang mampu mengintegrasikan teori Barat dan Islam. (2) Mencetak sivitas akademika yang memiliki kedalaman spiritual, keluhuran akhlak, keluasan ilmu, dan kematangan professional. (3) Melaksanakan pendidikan Psikologi bercirikan Islam yang Inovatif dan Aplikatif. (4) Mengembangkan keilmuan yang dapat memajukan kesejahteraan bersama. (5) Mampu bersikap dan cara pandang yang sesuai dengan Pancasila dan UUD 1945. (6) Menjadikan lulusan yang siap bersaing dengan perkembangan zaman secara professional. (7) Menyelenggarakan penelitian di bidang Ilmu Psikologi yang ber-reputasi internasional.

Sebagai siswa jenjang pendidikan tinggi, mahasiswa disiapkan untuk menjadi agen perubahan masa depan sesuai dengan visi dari Fakultas Psikologi sendiri. Selain sibuk dengan urusan akademik perkuliahan. Selain sebagai mahasiswa, mahasiswa psikologi juga banyak yang melakukan kegiatan usaha mandiri dengan berwirausaha online menggunakan media instagram. Alasan mereka memilih



instagram karena media instagram sangat populer saat ini. Sehingga sebagian mahasiswa mengisi kekosangannya dengan mengembangkan kreatifitasnya dengan menciptakan usaha sendiri.

## **2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 3 minggu. Dimulai dari tanggal 24 Agustus 2018 – 13 September 2018. Skala penelitian berupa *google form*, yang disebar melalui grup Whatsapp mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2014, 2015, 2016, dan 2017. Selain itu peneliti juga mengirimkan *link google form* tersebut kepada beberapa responden melalui pesan secara personal. Dengan demikian dapat mempermudah responden dalam mengisi skala penelitian tersebut.

## **3. Jumlah Subjek Penelitian Beserta Alasan Menetapkan Jumlah**

Jumlah subjek dalam penelitian ini 34 mahasiswa yang termasuk dalam kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti yang tercatat sebagai mahasiswa yang memiliki usaha sendiri dengan menggunakan sistem penjualan secara online.

## **4. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data**

Pengambilan data dilakukan dengan melihat tanggapan dari *google form*. Peneliti menyebar skala penelitian melalui *google form* yang telah dibuat sebelumnya. Seluruh aitem dari skala *adversity quotient*, dan intensi berwirausaha digabung dalam satu *google form*. Kemudian peneliti menyebar link dari *google form* tersebut di grup

Whatsaap mahasiswa fakultas psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun angkatan 2014-2017. Selain itu, peneliti juga *link google form* tersebut kepada beberapa responden melalui pesan secara personal. Setelah tiga minggu, tanggapan yang masuk telah memenuhi target populasi yang ditentukan oleh peneliti. Sehingga data tersebut bisa untuk diproses.

### 5. Hambatan yang Dijumpai dalam Pelaksanaan Penelitian

Hambatan-hambatan yang ditemui oleh peneliti ketika menyebarkan skala. Waktu pelaksanaan penelitian bertepatan dengan liburan semester. Sehingga peneliti memilih untuk menggunakan *google form* sebagai perantara untuk mengisi skala tersebut. Melalui *google form* responden dapat mengisi skala penelitian. Namun, data yang didapat membutuhkan waktu yang cukup lama dan peneliti harus menunggu tanggapan dari responden hingga memenuhi target sampel penelitian untuk dapat memproses data lebih lanjut.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Analisis Deskriptif

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Statistik Skor Empirik**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Intensi Berwirausaha	34	60	84	70.15	5.743
Adversity Quotient	34	63	92	76.35	7.515

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Skala intensi berwirausaha memiliki skor aitem terendah sebesar 60 dan skor aitem tertinggi sebesar 84, dengan mean sebesar 70.15 dan untuk besarnya standar deviasi 5.743.
- b. Skala *adversity quotient* memiliki skor aitem terendah sebesar 63 dan skor aitem tertinggi sebesar 92, dengan mean sebesar 76.35 dan untuk besarnya standar deviasi 7.515.

## 2. Deskripsi Kategori Data

Skor yang digunakan dalam kategori data penelitian menggunakan deskripsi statistik skor empirik pada tabel 4.1 dengan norma sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Norma Kategorisasi**

Kategorisasi	Norma
Tinggi	$X > (M + 1SD)$
Sedang	$(M - 1SD) \geq X \leq (M + 1SD)$
Rendah	$X < (M - 1SD)$

Untuk mengetahui kategori pada masing-masing variabel, peneliti menggunakan kategorisasi rentang untuk masing-masing responden dengan pembagian menjadi tiga interval yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Perhitungan kategorisasi untuk masing-masing variabel menggunakan bantuan *software SPSS (Statistical Program For Sosial Science) Versi 16.0 for windows*.

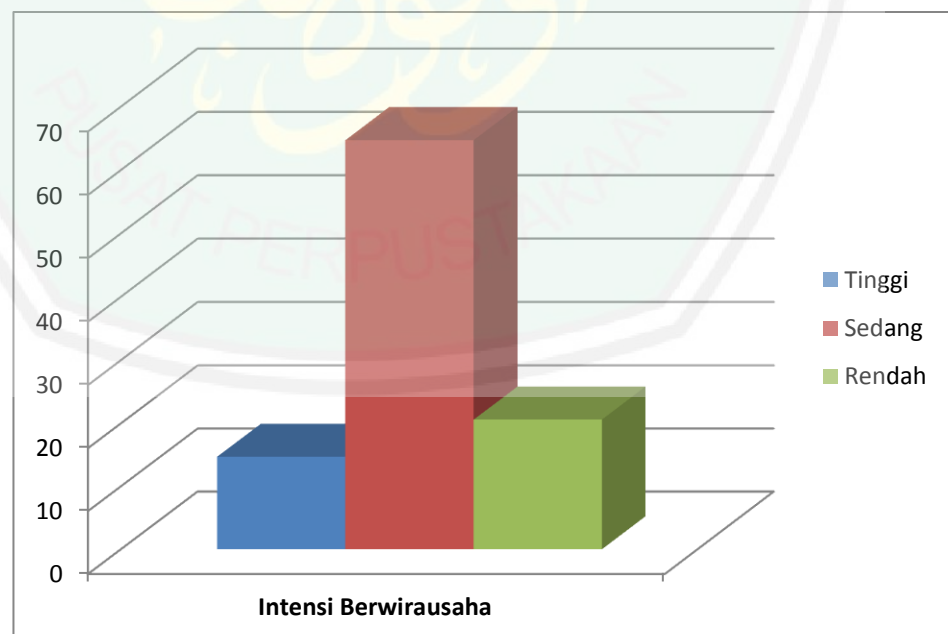
**a. Tingkat Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

Berdasarkan perhitungan kategorisasi pada skor empirik konsep diri menggunakan norma kategorisasi pada tabel 4.2 ditemukan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Kategorisasi Intensi Berwirausaha**

Kategorisasi	Norma	F	Prosentase
Tinggi	$X > (M + 1SD)$	5	14.7%
Sedang	$(M - 1SD) \geq X \leq (M + 1SD)$	22	64.7%
Rendah	$X < (M - 1SD)$	7	20.6%
<b>Total</b>		<b>34</b>	<b>100%</b>

**Gambar 4.1**  
**Diagram Kategorisasi Intensi Berwirausaha**



Berdasarkan Tabel 4.3 dan Diagram 4.1 di atas, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa sebesar 14.7% responden berada pada kategori tinggi dengan jumlah frekuensi 5 orang, pada kategori sedang prosentase sebesar 64.7% dengan frekuensi sebanyak 22 orang dan pada kategori rendah prosentase sebesar 20.6% dengan frekuensi sebanyak 7 orang. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi dan tingkat intensi berwirausaha pada mahasiswa fakultas psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagian besar berada pada kategori sedang.

Adapun rata-rata jawaban pada setiap aspek yaitu:

**Tabel 4.4**  
**Mean Aspek Intensi Berwirausaha**

Aspek	M Jawaban
Sikap terhadap perilaku	2.9
Norma subjektif	3.16
<i>Perceived behavior control</i>	3.14

Berdasarkan tabel diatas, rata-rata jawaban yang didapatkan dari membagi jumlah nilai jawaban dengan jumlah jawaban menunjukkan pada aspek sikap terhadap perilaku memiliki rata-rata jawaban sebesar 2.9, aspek norma subjektif yaitu 3.16 dan aspek *Perceived behavior control* yaitu 3.14.

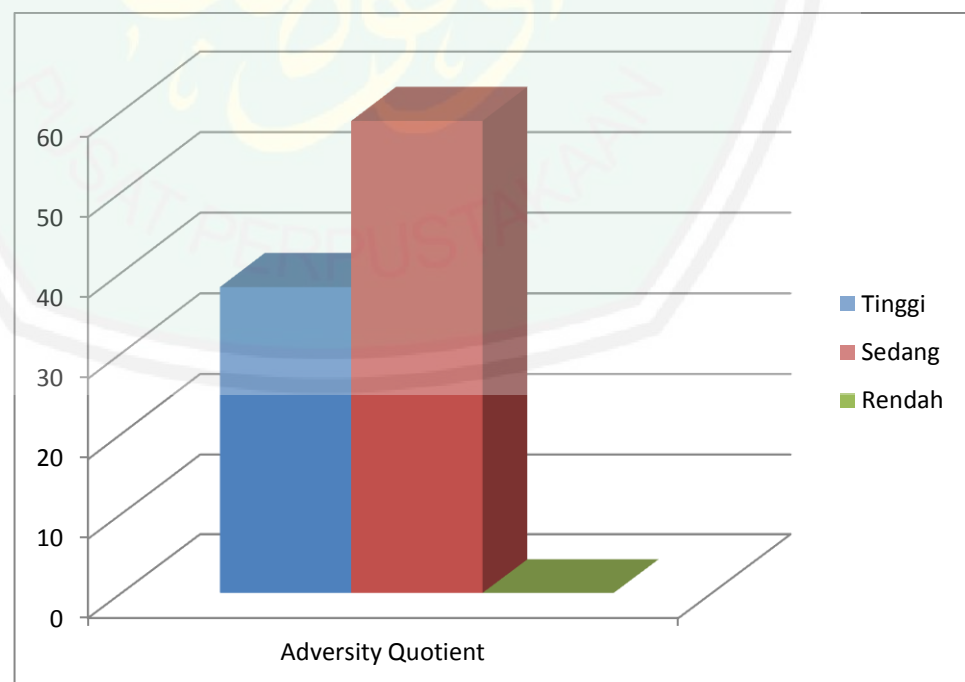
**b. Tingkat *Adversity Quotient* Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

Berdasarkan perhitungan kategorisasi pada skor empirik konsep diri menggunakan norma kategorisasi pada tabel 4.2 ditemukan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Kategorisasi *Adversity Quotient***

Kategorisasi	Norma	F	Prosentase
Tinggi	$X > (M + 1SD)$	13	38.2%
Sedang	$(M - 1SD) \geq X \leq (M + 1SD)$	20	58.8%
Rendah	$X < (M - 1SD)$	1	2.9%
<b>Total</b>		<b>34</b>	<b>100%</b>

**Gambar 4.2**  
**Diagram Kategorisasi *Adversity Quotient***



Berdasarkan Tabel 4.5 dan Diagram 4.2 di atas, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa sebesar 38.2% responden berada pada kategori tinggi dengan jumlah frekuensi 13 orang, pada kategori sedang prosentase sebesar 58.8% dengan frekuensi sebanyak 20 orang dan pada kategori rendah prosentase sebesar 2.9% dengan frekuensi sebanyak 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi dan tingkat *adversity quotient* pada mahasiswa fakultas psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagian besar berada pada kategori sedang.

Adapun rata-rata jawaban pada setiap aspek yaitu:

**Tabel 4.6**  
***Mean Aspek Adversity Quotient***

Aspek	M Jawaban
<i>Control</i>	2.78
<i>Origin and ownership</i>	3
<i>Reach</i>	2.74
<i>Endurance</i>	2.57

Berdasarkan tabel diatas, rata-rata jawaban yang didapatkan dari membagi jumlah nilai jawaban dengan jumlah jawaban menunjukkan pada aspek *Control* memiliki rata-rata jawaban sebesar 2.78, aspek *Origin and ownership* yaitu 3, aspek *Reach* yaitu 2.74 dan aspek *Endurance* yaitu 3.14.

### 3. Hasil Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk melihat data yang kita gunakan untuk penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan desain *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan SPSS. Pedoman yang digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya data yang kita buat itu yakni data tersebut memiliki taraf signifikansi  $>0,05$  adalah data normal sedangkan taraf signifikansi  $< 0,05$  adalah data yang tidak normal.

**Tabel 4.7**  
**Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov***

Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	Sig.	Status
Intensi Berwirausaha	0.805	0.537	Normal
Adversity Quotient	0.803	0.540	Normal

Berdasarkan tabel uji normalitas tersebut, dapat diketahui bahwa kedua variabel memiliki signifikansi  $>0,05$  yaitu intensi berwirausaha sebesar 0,537 dan *adversity quotient* sebesar 0,540. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwasanya distribusi data dari kedua variabel tersebut adalah normal.

#### b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasa digunakan sebagai prasyarat dalam uji korelasi atau regresi



linier dengan syarat signifikansi kurang dari 0.05 dan *Deviation from linearity* lebih dari 0.05 untuk dapat dikatakan bahwa antar variabel terdapat hubungan yang linier. Dalam hal ini peneliti melakukan uji linieritas dengan bantuan *software SPSS (Statistical Program For Sosial Science)* Versi 16.0 *for windows* menggunakan Test for Linierity dengan taraf signifikansi sebesar 0.05. berikut adalah hasil uji linieritas:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	<i>Adversity Quotient</i>
Intensi Berwirausaha	0.398
Korelasi	Linier

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel intensi berwirausaha dan *adversity quotient* memiliki linieritas 0.398. Hasil dari variabel menunjukkan Sig, *Deviation from linearity* > 0.05. sehingga dapat disimpulkan bahwanya *adversity quotient* dan intensi berwirausaha memiliki hubungan yang linier.

#### 4. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk memutuskan apakah hipotesis diterima atau tidak. Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk membuktikan apakah terdapat hubungan yang signifikan atau tidak antara variabel konsep diri dan kecerdasan emosi dengan komunikasi interpersonal. uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan bantuan *software SPSS (Statistical*

*Program For Sosial Science*) Versi 16.0 *for windows*. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel korelasi *product moment* di bawah ini.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Korelasi *Product Moment***

		X	Y
X	Pearson Correlation		.424*
	Sig. (2-tailed)	1	.013
	N	34	34
Y	Pearson Correlation	.424*	1
	Sig. (2-tailed)	.013	
	N	34	34

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa taraf signifikansi variabel *adversity quotient* dan intensi berwirausaha sebesar 0.013. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara *adversity quotient* (Y) dan intensi berwirausaha (X) karena signifikansi kedua variabel kurang dari 0.05, dimana 0,05 merupakan taraf signifikansi yang telah ditentukan. Dengan demikian  $H_a$  yang menyatakan bahwa ada hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha diterima. Kemudian,  $H_0$  yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha ditolak. Dengan diterimanya  $H_a$ , maka dapat disimpulkan bahwasanya terdapat hubungan positif yang signifikan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa fakultas psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Selain itu, dari tabel di atas terdapat koefisien korelasi yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan antara dua variabel. Koefisien korelasi ( $r$ ) hitung antara variabel *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha sebesar 0.424. Berarti menunjukkan hubungan yang agak rendah antara variabel *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel *adversity quotient* meningkat, maka variabel intensi berwirausaha juga meningkat. Dengan memiliki *adversity quotient* yang positif maka intensi berwirausaha pada mahasiswa semakin baik.

### C. Pembahasan

#### 1. Tingkat *Adversity Quotient* Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebesar 58.8% mahasiswa psikologi UIN Malang memiliki *adversity quotient* pada kategori sedang dengan jumlah frekuensi 20 orang. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian besar mahasiswa psikologi UIN Malang memiliki *adversity quotient* yang sedang terhadap usahanya.

Akan tetapi, tingkat *adversity quotient* yang sedang ini juga menandakan bahwa mahasiswa yang berwirausaha online belum sepenuhnya dapat mengendalikan diri ketika menghadapi suatu masalah. Karena masih terdapat mahasiswa yang memiliki *adversity quotient* rendah dengan prosentase 2.9%. Sehingga terdapat 1

mahasiswa yang belum memiliki kemampuan mengendalikan diri ketika menghadapi suatu masalah saat menjalankan usahanya.

Selain itu, berdasarkan hasil analisis data yang didapatkan mahasiswa yang berwirausaha kurang memiliki ketahanan diri dalam menyelesaikan masalah. Sehingga ketahanan diri yang rendah dengan rata-rata mahasiswa menjawab tidak setuju dan rerata jawaban 2.57. Hal ini menandakan rata-rata mahasiswa belum memiliki kegigihan dalam menyelesaikan tugas dan bertahan dalam menghadapi kesulitan saat menjalankan usaha online yang dijalankan. Meskipun mahasiswa yang berwirausaha online memiliki kemampuan dalam menghadapi kesulitan, memahami asal-usul timbulnya permasalahan dan mengerti jangkauan kesulitan sehingga dapat dimengerti, dengan rata-rata jawaban 3 yang artinya mendukung sifat-sifat tersebut namun apabila tidak diimbangi dengan daya tahan atau ketahanan dalam menghadapi kesulitan maka akan tetap terjadi permasalahan *adversity quotient* pada mahasiswa.

Oleh karena itu, meskipun *adversity quotient* termasuk dalam kategori sedang masih terdapat mahasiswa dalam kategori rendah dan rata-rata mahasiswa memiliki ketahanan diri rendah dalam menghadapi permasalahan saat menjalankan usahanya. Sikap daya tahan dalam menjalankan usaha yang rendah tersebut merupakan salah satu penyebab dari *turn over* mahasiswa fakultas psikologi UIN Malang dalam menjalankan usaha online tersebut.

*Adversity quotient* dapat diartikan dengan kecakapan seseorang dalam menyelesaikan setiap permasalahan yang dihadapi. Semakin tinggi *adversity quotient* yang dimiliki mahasiswa yang berwirausaha online maka semakin baik, karena mahasiswa dapat mengendalikan masalah berarti juga dapat mengatasi masalah dalam kehidupannya serta dapat memegang kendali atas dirinya dan dapat mencari penyebab permasalahan yang muncul.

Hal ini diperkuat oleh Stoltz (2005) menyatakan bahwa orang yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi diantaranya ialah orang tersebut dapat mengontrol suatu permasalahan sehingga cenderung tidak mudah menyerah dan menganggap suatu kesulitan atau hambatan sebagai suatu tantangan yang harus dihadapi.

## **2. Tingkat Intensi Berwirausaha Online Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebesar 64.7% mahasiswa fakultas psikologi UIN Malang memiliki intensi berwirausaha pada kategori sedang dengan jumlah frekuensi 22 orang. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian besar mahasiswa psikologi UIN Malang memiliki intensi berwirausaha yang cukup dalam berwirausaha online. Namun terdapat beberapa mahasiswa dengan prosentase 20.6% dengan frekuensi 7 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha rendah. Kemudian, terdapat juga 14.7% dengan frekuensi 5 mahasiswa

memiliki tingkat intensi berwirausaha yang tinggi. Mahasiswa yang memiliki tingkat intensi berwirausaha tinggi masih sangat sedikit dan untuk kategori rendah jumlah mahasiswa lebih banyak daripada mahasiswa yang memiliki niat berwirausaha. Sehingga perlu diperhatikan kembali upaya untuk meningkatkan intensi berwirausaha pada mahasiswa dalam menjalankan usaha online yang nantinya akan berdampak pada intensi mahasiswa yang berwirausaha.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat intensi berwirausaha online pada mahasiswa sebagian besar berada pada kategori sedang, berarti sebagian mahasiswa yang memiliki usaha belum terlalu baik dalam menjalankan usahanya. Meski beberapa mahasiswa telah mampu menjalankan usaha online dengan baik, tetapi intensi berwirausaha disebabkan oleh banyak faktor yang berbeda. Adapun faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha ialah efikasi diri, norma subjektif, dan pendidikan (Ariyani, 2016).

Upaya untuk menumbuhkan intensi berwirausaha dapat didasari bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi intensi yaitu pertama sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), kedua norma subjektif (*subjective norm*), dan yang ketiga kontrol perilaku yang disadari (*perceived behavior control*) Hudaniah (2009).

Pada mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, memang sebagian besar mahasiswa memiliki intensi berwirausaha pada kategori sedang, namun hal ini berarti mahasiswa

psikologi belum mencapai tingkat intensi dalam berwirausaha. Hal ini terlihat dari hanya terdapat 2 dari 3 aspek intensi yang dianggap mahasiswa cukup tinggi, yaitu keyakinan normatif dan keyakinan kontrol perilaku. Rata-rata dari dua aspek tersebut 3.1 yang artinya rata-rata mahasiswa beranggapan setuju tentang harapan atau motivasi untuk mengembangkan usahanya dan kemampuan diri dalam mengendalikan usaha yang dijalankannya.

### **3. Hubungan *Adversity Quotient* dengan Intensi Berwirausaha Online pada Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

Hasil uji hipotesis yang dilakukan pada 34 responden mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yaitu ada hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online pada mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari skor korelasi sebesar 0.424 dengan signifikansi 0.000. Hasil tersebut menunjukkan  $\text{sig.} < 0.05$  yang berarti hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis penelitian ( $H_a$ ) diterima. Semakin tinggi *adversity quotient* maka semakin tinggi pula intensi berwirausaha online pada mahasiswa.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Afrila (2010) terhadap mahasiswa Fakultas Pertanian Muhammadiyah Malang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara

*adversity quotient* dengan intensi berwirausaha. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *adversity quotient* yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin tinggi pula intensi berwirausaha online pada mahasiswa. Begitu pula sebaliknya semakin rendah *adversity quotient* yang dimiliki mahasiswa maka semakin rendah pula intensi berwirausaha online pada mahasiswa.

Penelitian ini juga membuktikan adanya hubungan positif yang signifikan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha. Penelitian ini dilakukan oleh Budiono & Budiani (2017) yang melibatkan 62 mahasiswa Universitas Negeri Surabaya sebagai subjeknya. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif antara kedua variabel, sehingga semakin tinggi *adversity quotient* maka semakin tinggi pula intensi berwirausaha online.



## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh pada pembahasan sebelumnya mengenai hubungan *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online pada mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat *adversity quotient* pada mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori sedang. Artinya sebagian besar mahasiswa memiliki sikap control atau kemampuan menghadapi kesulitan, memahami asal usul yang menimbulkan kesulitan dan memiliki jangkauan kesulitan sehingga tantangan lebih mudah dimengerti. Namun terbilang rendah pada aspek daya tahan.
2. Tingkat intensi berwirausaha online pada mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori sedang. Artinya sebagian besar mahasiswa memiliki intensi berwirausaha online yang seimbang dalam menjalankan usahanya. Mahasiswa memiliki intensi yang cukup seimbang hingga tinggi pada aspek keyakinan normatif dan keyakinan kontrol perilaku. Namun memiliki intensi berwirausaha yang rendah pada aspek keyakinan terhadap perilaku berwirausaha.
3. Berdasarkan uji korelasi antara variabel *adversity quotient* dan intensi berwirausaha online menyebutkan terdapat hubungan yang positif antara keduanya. Artinya semakin tinggi tingkat *adversity quotient*

mahasiswa, maka intensi berwirausaha online pada mahasiswa juga semakin baik. Sebaliknya, semakin rendah tingkat *adversity quotient* pada mahasiswa maka intensi berwirausaha online pula kurang baik.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan informasi yang diperoleh maka penelitian dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Untuk Subjek Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa *adversity quotient* dan juga intensi berwirausaha online pada mahasiswa ini cenderung cukup baik. Berdasarkan hal tersebut diharapkan subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa fakultas psikologi untuk terus dan lebih mengasah kemampuannya dalam mengembangkan kreativitas yang telah dimilikinya. Sehingga dapat terus berwirausaha dan menjadi wirausahawan muda yang maju dan dapat menciptakan pekerjaan untuk orang lain.

### 2. Untuk Peneliti

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebagai salah satu referensi pendukung. Kemudian, bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti hubungan *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online maka disarankan untuk menambah jumlah responden, sehingga akan memberi warna bagi penelian

selanjutnya. Hal ini dikarenakan adanya kemungkinan hasil penelitian yang berbeda dengan penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ariyani, L. (2016). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada Kalangan Mahasiswa*. Publikasi Ilmiah. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arikunto, S. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azizah, S (2016). *Hubungan Adversity Quotient dengan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Brawijaya*. Fakultas Psikologi dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.
- As' ad. (2004). *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bakti, B. T. (2016). *Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa*. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Budiono, L, I & Budiani, M, S. (2017). *Hubungan antara Adversity Quotient dengan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Universitas Negeri Surabaya*. Vol.4No.3.
- Bungin & Burhan. (2006). *Sosialisasi Komunikasi*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Dayakisni, T. Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Departemen Agama RI. (2012). *Al-Qur'an Cordoba*. Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia.
- Dhanita, L. & Hidayat, A. (2015). *Gambaran Adversity Quotient pada Wirausahawan Melayu di Bidang Kuliner*. Vol. 09. No. 03. ISSN: 1970-3305.
- Hasan, A. (1989). *Terjemah Bulughul Maram*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.






- Internet. Dipetik Agustus 1, 2018, dari Wikipedia:  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Internet>
- Isparmo. (2016, November 21). Dipetik Februari 16, 2018, dari *Data Statistik Pengguna Internet Indonesia 2016*.<http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>.
- Julita, I. & Probowo, S. (2018). *Intensi Berwirausaha ditinjau dari Adversity Quotient pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegi japranata Semarang*. Vol 17. No. 1. ISSN : 1411-6073 / 2579-6321.
- Machfoedz, Mas'ud. (2004). *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Konteporer*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Khalid, A. (2004). *Romantika Yusuf Meneladani Adversity Quotient (AQ) Nabi Yusuf*. Jakarta: Maghfirah Pustaka.
- Prasetyo, B. & Jannah, L. M. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Shohib, M. (2013). *Adversity Quotient dengan Minat Entrepreneurship*. Vol. 01, No.01. ISSN : 2301-8267.
- Stoltz. (2000). *Adversity Quotient: Mengubah Hambatan Menjadi Peluang*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sugiyono (2009). *Motode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.



# LAMPIRAN

**LAMPIRAN 1****BUKTI KONSULTASI**

Nama : Devi Azizatul Ummah  
 Nim : 14410182  
 Dosen Pembimbing : Drs. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag  
 Judul Skripsi : Hubungan Antara Adversity Quotient Dengan Intensi Berwirausaha Online Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

No	Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Tanda Tangan
1	12 April 2018	Pengajuan Proposal	
2	5 Juli 2018	Revisi Bab I, II, III	
3	18 Juli 2018	Konsultasi Bab IV, V	
4	25 Oktober 2018	Revisi Bab I, II, III, IV, V	
5	2 November 2018	Revisi Bab I, II, III, IV, V	

Malang, 6 November 2018  
 Dosen Pembimbing



**Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag**  
**NIP 19730710 200003 1 002**

**LAMPIRAN 2**  
**SKALA ADVERSITY QUOTIENT**

Aspek	Indikator	Aitem		
		F/U	No	Pertanyaan
Control (Kendali)	Kemampuan dalam menghadapi peristiwa yang menimbulkan kesulitan.	F	1	Saya berusaha fokus untuk mencari tahu minat pasar
		F	2	Saya bertanggung jawab penuh dalam menarik minat konsumen
		F	3	Ketika memiliki konflik dengan konsumen, saya merasa penyebab konflik tersebut sebenarnya adalah sesuatu yang bisa dikendalikan
		U	4	Saya merasa gagal dalam membangun kerjasama dengan patner kerja
		U	5	Satu masalah yang muncul membuat saya sulit mengembangkan usaha
		U	6	Menurut saya kritikan dalam kolom komentar di instagram dapat merusak kepercayaan para konsumen yang sudah terjalin
		U	7	Kesalahpahaman saya dengan konsumen dapat berpengaruh dengan kerjasama yang telah terjalin



Origin dan Ownership (Asal Usul dan Pengakuan)	Memahami asal usul yang menimbulkan kesulitan	F	8	Saya bukan satu-satunya penyebab kegagalan dalam meraih minat konsumen.
		F	9	Kegagalan dalam berwirausaha, bukan menjadi masalah bagi saya
		U	10	Saya mudah terpengaruh dengan komentar negatif dari konsumen
	Sejauh mana mengakui akibat kesulitan	U	11	Usaha saya berantakan karena Kelalaian saya sendiri
		F	12	Saya bertanggung jawab penuh untuk memperbaiki kerjasama yang baik dengan konsumen.
		F	13	Saya merasa gagal, ketika produk tidak sesuai dengan harapan konsumen
		U	14	Kepuasan konsumen menunjukkan keberhasilan saya dalam berwirausaha.
Reach (Jangkauan)	Membatasi jangkauan kesulitan sehingga tantangan lebih mudah dimengerti.	F	15	Saya yakin dapat memasarkan produk dengan waktu singkat menggunakan Instagram
		F	16	Saya memiliki keyakinan untuk sukses, meskipun banyak memiliki persingan dalam

				berwirausaha melalui instagram
		F	17	Komentar negatif merupakan kesalahpahaman yang mudah untuk diatasi.
		U	18	Saya malu dihadapan para konsumen, jika produk saya mendapatkan banyak komentar buruk dari pengguna instagram
		U	19	Saya merasa tidak berdaya ketika konsumen kurang puas dengan kualitas barang.
		U	20	Kenyakinan saya turun ketika mendapatkan komentar yang negatif
Endurance (Daya Tahan)	Kegigihan dalam menyelesaikan tugas dan bertahan dalam menghadapi kesulitan	F	21	Meski sedang sakit, saya yakin tetap bisa memantau usaha dengan baik melalui media instagram
		F	22	Ketika handphone untuk usaha rusak, situasi ini sulit saya kendalikan
		F	23	banyaknya persaingan berwirausaha melalui media instagram membuat saya lebih giat dan berusaha lebih baik lagi

		U	24	Saya merasa gagal ketika produk yang saya jual tidak diminati oleh konsumen
		U	25	Menunda pekerjaan membuat usaha saya tidak berkembang.



## LAMPIRAN 3

## SKALA INTENSI BERWIRAUSAHA

Aspek	Indikator	Aitem		
		F/U	No	Pertanyaan
Sikap terhadap perilaku (keyakinan terhadap perilaku berwirausaha)	Pengetahuan individu terhadap usaha	F	1	Berwirausaha melalui media instagram merupakan hobi dan pekerjaan yang menyenangkan
		F	2	Banyaknya pengalaman dan frekuensi dari kegiatan jual beli meningkatkan keinginan saya untuk berwirausaha
		F	3	Saya senang menemukan hal-hal baru untuk usaha
		U	4	Saya berwirausaha sesuai dengan pengalaman yang saya dapatkan.
		U	5	Saya kurang suka usaha yang memiliki banyak saingan
		U	6	Saya kurang yakin dengan keterampilan usaha yang saya miliki
	Keyakinan individu terhadap usaha	F	7	Saya lebih senang bekerja mengelola usaha sendiri daripada ikut dengan orang lain
		F	8	Berwirausaha menggunakan instagram merupakan sosuli untuk mengurangi pengangguran
		F	9	Saya pantang menyerah dalam menghadapi kegagalan berwirausaha
		U	10	Saya merasa kesulitan ketika berwirausaha menggunakan instagram
		U	11	Banyaknya persaingan usaha melalui instagram, tidak menjadikan keuntungan besar bagi saya
		U	12	Saya takut mendirikan usaha melalui instagram
Norma subjektif (keyakinan normatif)	Harapan individu atas usahanya	F	13	Wawasan yang luas membuat saya mudah dalam berwirausaha
		F	14	Dengan memiliki banyak teman memudahkan untuk menjalin kerjasama dengan orang lain
		U	15	Saya kurang bersemangat mengubah strategi usaha yang telah berjalan
		U	16	Saya mengeluarkan banyak modal untuk berwirausaha di instagram
	Motivasi untuk mengembangkan usaha	F	17	Banyaknya followers mempermudah saya dalam berwirausaha
		F	18	Dengan berwirausaha melalui instagram

				hubungan sosial dengan masyarakat semakin meningkat
		U	19	Dukungan orang lain tidak berpengaruh besar terhadap usaha saya
		U	20	Waktu saya banyak terbuang karena usaha melalui instagram
Keyakinan kontrol perilaku (perceived behavior control)	Kemampuan diri dalam mengendalikan usaha	F	21	Saya memiliki kemauan kuat untuk mempertahankan usaha
		F	22	Saya mengeluarkan banyak ide untuk meningkatkan kreatifitas dalam berwirausaha
		F	23	Saya memiliki potensi berwirausaha yang baik melalui instagram
		U	24	Banyaknya ide yang keluar membuat saya bosan dalam berwirausaha
		U	25	Banyaknya permintaan konsumen membuat saya lelah

## LAMPIRAN 4

## DATA RESPONDEN

Timestamp	Email Address	Mahasiswa Psikologi Angkatan	Nama Instagram	Jenis Kelamin
8/24/2018 15:23:07	<a href="mailto:roisahmadr@gmail.com">roisahmadr@gmail.com</a>	2014	Tokomudasukses_Lombok	L
8/24/2018 15:50:21	<a href="mailto:youshop77@gmail.com">youshop77@gmail.com</a>	2015	Youshop.jam	L
8/24/2018 16:25:32	<a href="mailto:nenengmopier@gmail.com">nenengmopier@gmail.com</a>	2016	Opiermukaffa	P
8/24/2018 16:35:29	<a href="mailto:hendriksaputro1996@gmail.com">hendriksaputro1996@gmail.com</a>	2016	Kedai Catharsis	L
8/24/2018 17:10:16	<a href="mailto:ekadiana287@gmail.com">ekadiana287@gmail.com</a>	2015	dia_tafashion	P
8/24/2018 18:02:37	<a href="mailto:phatiya98@gmail.com">phatiya98@gmail.com</a>	2015	jajan_hias	P
8/24/2018 18:27:54	<a href="mailto:nikeksm22@gmail.com">nikeksm22@gmail.com</a>	2016	palupishop.mlg	P
8/24/2018 18:33:03	<a href="mailto:daunbaru27@gmail.com">daunbaru27@gmail.com</a>	2015	@daunbaru27	L
8/24/2018 19:07:10	<a href="mailto:abidh.misha@gmail.com">abidh.misha@gmail.com</a>	2015	jajan_hias	P
8/24/2018 22:34:19	<a href="mailto:ikelaila58@gmail.com">ikelaila58@gmail.com</a>	2014	Mybottlemalangmurah	P
8/25/2018 7:05:17	<a href="mailto:laylaciisy@gmail.com">laylaciisy@gmail.com</a>	2014	@laylaciisy	P
8/25/2018 19:03:50	<a href="mailto:taqiyyahlinna96@gmail.com">taqiyyahlinna96@gmail.com</a>	2014	@taqiyyah_collection	P
8/25/2018 20:40:19	<a href="mailto:khoirorizqy@gmail.com">khoirorizqy@gmail.com</a>	2014	roti_maryam_bangaim	P
8/26/2018 10:51:49	<a href="mailto:meliahimma@gmail.com">meliahimma@gmail.com</a>	2015	@melia_himma dan @hawanism	P
8/27/2018 5:34:50	<a href="mailto:supplieroutdoorvs@gmail.com">supplieroutdoorvs@gmail.com</a>	2014	Supplieroutdoor	L
8/28/2018 5:53:00	<a href="mailto:hnaruto12@gmail.com">hnaruto12@gmail.com</a>	2014	Gifuto handicraft	L
8/28/2018 12:33:03	<a href="mailto:aditiayunus7@gmail.com">aditiayunus7@gmail.com</a>	2014	@halimproject	L
8/29/2018 18:20:38	<a href="mailto:bayucandra.kusuma@yahoo.com">bayucandra.kusuma@yahoo.com</a>	2014	ayam-ngutang	L
8/29/2018 20:13:18	<a href="mailto:barir.elnajah@gmail.com">barir.elnajah@gmail.com</a>	2014	Aasheervaadshp	P
8/30/2018 5:50:10	<a href="mailto:norhanifah0719@gmail.com">norhanifah0719@gmail.com</a>	2014	Grosir_Hijab_Malang	P
8/30/2018 11:19:00	<a href="mailto:imamsukron94@gmail.com">imamsukron94@gmail.com</a>	2014	sukron_nor	L
8/31/2018 14:08:48	<a href="mailto:maknaflo@gmail.com">maknaflo@gmail.com</a>	2016	Kefirpack	P
8/31/2018 17:47:05	<a href="mailto:kumala.syary@gmail.com">kumala.syary@gmail.com</a>	2014	Yourhijab28	P
8/31/2018 18:32:29	<a href="mailto:qurrotuluyun48@gmail.com">qurrotuluyun48@gmail.com</a>	2016	@fathimah.collection	P
8/31/2018 19:37:52	<a href="mailto:zakiyahbarekat@gmail.com">zakiyahbarekat@gmail.com</a>	2014	logi_pagi	P
9/1/2018 9:33:51	<a href="mailto:nadwafrinah@gmail.com">nadwafrinah@gmail.com</a>	2014	Umimazidah95	P
9/1/2018 20:08:58	<a href="mailto:halimiyaheny.eend02@gmail.com">halimiyaheny.eend02@gmail.com</a>	2016	elove.store	P
9/4/2018 7:55:44	<a href="mailto:nadiyaukya@gmail.com">nadiyaukya@gmail.com</a>	2016	Nadiyaulyya / @vla_malang / carysna_shop	P
9/6/2018 22:04:07	<a href="mailto:susriatiuin@gmail.com">susriatiuin@gmail.com</a>	2015	awshop_29	P
9/6/2018 11:49:20	<a href="mailto:chaula.mukhlis@gmail.com">chaula.mukhlis@gmail.com</a>	2014	Racraft.jombang	P
9/8/2018 18:41:21	<a href="mailto:azizah.rafida@Yahoo.com">azizah.rafida@Yahoo.com</a>	2014	Monimolen	L
9/10/2018 11:21:20	<a href="mailto:luthfirahman81@gmail.com">luthfirahman81@gmail.com</a>	2016	iox. Outbound	L
9/13/2018 11:35:24	<a href="mailto:lintanghm.lh@gmail.com">lintanghm.lh@gmail.com</a>	2014	Pabdailycare	P
9/13/2018 18:20:24	<a href="mailto:shofiyullah095@gmail.com">shofiyullah095@gmail.com</a>	2014	Chopifood	L

## LAMPIRAN 5

## SKOR AITEM ADVERSITY QUOTIENT

No	ADVERSITY QUOTIENT																							JUMLAH		
1	4	3	4	4	2	4	1	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	2	1	4	2	4	4	2	1	77
2	3	4	3	3	3	2	1	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	1	3	3	2	4	2	1	2	68
3	4	3	4	3	3	2	2	4	3	4	1	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	3	4	2	1	78
4	3	4	3	4	3	1	1	3	4	3	1	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	3	3	2	2	74
5	4	4	4	3	2	1	2	4	4	2	2	3	3	3	4	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	70
6	3	3	3	3	3	1	1	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3	1	2	3	3	3	4	2	1	69
7	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	1	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	1	2	79
8	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	67
9	3	3	3	2	3	1	2	3	4	2	1	4	3	2	3	4	3	1	2	2	4	4	4	1	1	65
10	4	4	4	3	3	1	2	4	3	2	1	4	3	3	4	3	3	1	3	3	3	4	3	2	1	71
11	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	1	69
12	3	3	3	4	2	2	1	3	3	2	2	3	3	4	3	4	2	1	1	2	2	3	3	2	2	63
13	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	67
14	4	4	4	3	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	3	3	2	1	74
15	3	3	3	4	4	1	2	3	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	76
16	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	1	84
17	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	1	69
18	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	2	65	
19	3	3	3	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	3	2	3	3	2	1	60
20	3	3	3	3	2	1	1	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	2	2	60
21	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	1	2	4	3	3	4	4	1	1	2	2	4	2	1	1	63
22	4	3	4	1	3	1	2	4	3	3	1	3	4	1	3	2	4	2	3	1	2	4	4	1	1	64
23	4	3	4	3	3	2	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	2	2	78
24	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	1	1	68
25	3	3	3	4	2	1	1	3	3	4	1	3	4	4	3	4	3	1	3	3	3	3	3	2	2	69
26	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	1	3	2	3	4	4	2	2	70
27	3	4	3	3	3	1	1	3	4	2	1	4	4	3	4	3	1	2	2	2	2	4	4	1	2	66
28	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	1	2	71
29	4	4	4	2	2	2	2	4	4	2	2	3	3	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	69
30	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2	1	66
31	4	4	4	4	3	2	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	2	1	3	4	3	4	1	1	78
32	4	4	4	4	3	1	2	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	1	3	3	4	4	4	2	1	77
33	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	1	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	69
34	4	3	4	3	3	1	1	4	3	3	2	4	4	4	3	4	3	2	2	2	4	3	4	1	1	72

## LAMPIRAN 6

## SKOR AITEM INTENSI BERWIRAUSAHA

No	INTENSI BERWIRAUSAHA																							JUMLAH		
1	2	4	4	1	1	1	2	1	3	3	4	3	4	4	3	4	4	2	1	1	4	3	2	3	1	65
2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	73
3	4	4	4	1	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	1	3	4	4	4	3	3	85
4	3	4	2	3	2	2	4	4	3	2	1	3	4	2	2	4	3	4	2	3	2	4	4	1	1	69
5	2	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	69
6	3	3	3	1	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	80
7	2	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	80
8	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	71
9	3	3	3	2	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	85
10	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	79
11	4	4	4	1	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	3	3	83
12	4	4	4	1	1	3	2	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	75
13	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	70
14	4	4	4	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	85
15	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	73
16	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	2	1	4	4	3	2	1	2	4	3	4	4	4	3	3	79
17	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	80
18	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	71
19	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	63
20	4	4	4	1	1	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4	1	2	3	3	3	2	2	75
21	3	3	3	1	3	1	4	4	4	1	2	2	4	4	1	4	4	4	1	3	3	3	2	3	1	68
22	2	2	4	1	1	2	4	2	4	1	2	1	3	4	3	2	4	4	3	1	4	4	3	1	3	65
23	4	4	4	1	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	86
24	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	82
25	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	72
26	4	4	4	1	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	84
27	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	82
28	4	4	4	1	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	84
29	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	64
30	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	72
31	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	92
32	4	4	4	1	3	3	4	4	4	1	1	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	81
33	3	3	3	2	1	2	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	71
34	4	4	4	1	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	1	4	4	2	4	4	4	4	3	4	83



## LAMPIRAN 7

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS SKALA *ADVERSITY**QUOTIENT*

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	66.76	29.640	.576	.739
VAR00002	66.76	30.913	.332	.752
VAR00003	66.76	29.640	.576	.739
VAR00004	66.94	29.633	.384	.747
VAR00005	67.47	29.045	.470	.741
VAR00006	68.47	32.863	-.040	.774
VAR00007	68.38	33.455	-.122	.776
VAR00008	66.76	29.640	.576	.739
VAR00009	66.76	31.276	.264	.755
VAR00010	67.26	29.473	.407	.745
VAR00011	68.53	32.439	.037	.767
VAR00012	66.71	29.971	.438	.745
VAR00013	66.71	31.062	.296	.753
VAR00014	66.94	29.936	.342	.750
VAR00015	66.76	30.913	.332	.752
VAR00016	66.68	29.135	.522	.739
VAR00017	67.24	29.276	.384	.747
VAR00018	68.41	31.886	.144	.761
VAR00019	67.82	29.119	.346	.750
VAR00020	67.50	29.106	.496	.740
VAR00021	67.12	28.713	.488	.739
VAR00022	66.85	33.705	-.165	.777
VAR00023	66.79	30.168	.374	.748
VAR00024	68.47	32.439	.058	.765
VAR00025	68.65	33.932	-.205	.778

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	25

**LAMPIRAN 8****HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS SKALA INTENSI  
BERWIRAUSAHA****Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	73.09	50.507	.542	.802
VAR00002	72.97	51.120	.529	.803
VAR00003	72.85	52.069	.503	.805
VAR00004	74.76	58.731	-.281	.833
VAR00005	73.85	51.402	.394	.808
VAR00006	73.47	47.166	.741	.789
VAR00007	73.26	56.443	-.050	.830
VAR00008	73.03	50.332	.545	.802
VAR00009	72.97	52.151	.454	.807
VAR00010	73.59	50.128	.490	.803
VAR00011	73.71	52.396	.334	.811
VAR00012	73.26	51.049	.451	.806
VAR00013	72.91	54.992	.165	.817
VAR00014	72.74	52.867	.412	.809
VAR00015	73.41	53.704	.354	.811
VAR00016	73.50	58.864	-.267	.836
VAR00017	72.94	54.057	.157	.820
VAR00018	73.09	54.628	.160	.818
VAR00019	73.50	52.621	.223	.819
VAR00020	73.44	49.830	.572	.800
VAR00021	72.97	51.120	.578	.802
VAR00022	73.00	53.394	.351	.811
VAR00023	73.26	50.988	.490	.804
VAR00024	73.41	51.401	.501	.804
VAR00025	73.47	49.226	.582	.799

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	25

**LAMPIRAN 9****HASIL UJI NORMALITAS****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Y	X
N		34	34
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	70.15	76.35
	Std. Deviation	5.743	7.515
Most Extreme Differences	Absolute	.138	.138
	Positive	.138	.113
	Negative	-.090	-.138
Kolmogorov-Smirnov Z		.805	.803
Asymp. Sig. (2-tailed)		.537	.540

a. Test distribution is Normal.

**LAMPIRAN 10****HASIL LINIERITAS****Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Y * X	34	100.0%	0	.0%	34	100.0%

**ANOVA Table**

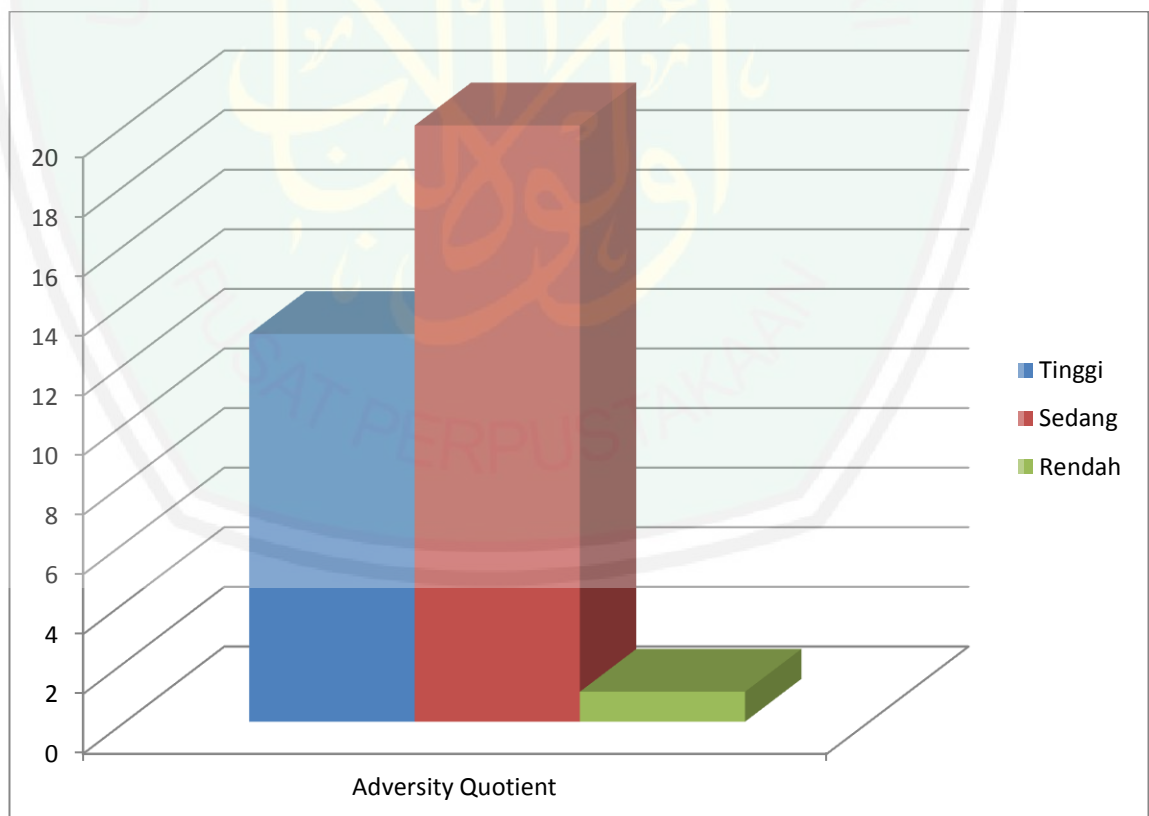
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	699.931	18	38.885	1.502	.215
		Linearity	195.246	1	195.246	7.542	.015
		Deviation from Linearity	504.685	17	29.687	1.147	.398
	Within Groups		388.333	15	25.889		
	Total		1088.265	33			

## LAMPIRAN 11

### KATEGORISASI *ADVERSITY QUOTIENT*

ADVERSITY QUOTIENT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	38.2	38.2	38.2
	2	20	58.8	58.8	97.1
	3	1	2.9	2.9	100.0
		34	100.0		

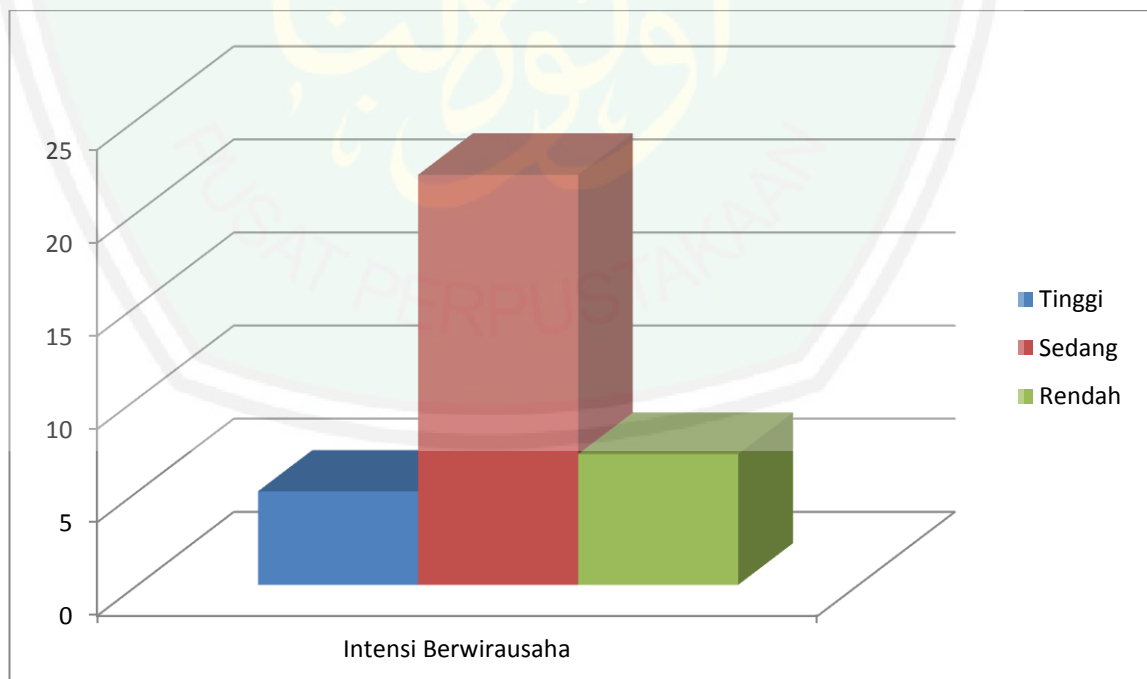


## LAMPIRAN 12

## KATEGOTISASI INTENSI BERWIRAUSAHA

INTENSI BERWIRAUSAHA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	14.7	14.7	14.7
	2	22	64.7	64.7	79.4
	3	7	20.6	20.6	100.0
	Total	34	100.0	100.0	





**LAMPIRAN 13****HASIL UJI KORELASI PRODUCT MOMENT****Correlations**

		Y	X
Y	Pearson Correlation	1	.424*
	Sig. (2-tailed)		.013
	N	34	34
X	Pearson Correlation	.424*	1
	Sig. (2-tailed)	.013	
	N	34	34

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## LAMPIRAN 14

SKOR AIKEN'S V SKALA *ADVERSITY QUOTIENT*

No Aitem	Skor Panelis				Lo	c-1	s <sub>1</sub>	s <sub>2</sub>	s <sub>3</sub>	s <sub>4</sub>	∑s	V
	Pak Lubab	Bu Fina	Bu Mega	Bu Umda								
1	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
2	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
3	2	2	2	3	1	4	1	1	1	2	5	0.625
4	2	2	2	2	1	4	1	1	1	1	4	0.5
5	3	3	3	2	1	4	2	2	2	1	7	0.875
6	2	2	3	3	1	4	1	1	2	2	6	0.75
7	1	1	2	2	1	4	0	0	1	1	2	0.25
8	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
9	3	3	1	1	1	4	2	2	0	0	4	0.5
10	2	2	3	3	1	4	1	1	2	2	6	0.75
11	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
12	1	1	3	3	1	4	0	0	2	2	4	0.5
13	3	3	2	2	1	4	2	2	1	1	6	0.75
14	1	1	3	3	1	4	0	0	2	2	4	0.5
15	3	3	3	1	1	4	2	2	2	0	6	0.75
16	3	3	2	2	1	4	2	2	1	1	6	0.75
17	3	3	3	2	1	4	2	2	2	1	7	0.875
18	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
19	2	3	1	1	1	4	1	1	0	0	2	0.25
20	3	3	2	2	1	4	2	2	1	1	6	0.75
21	3	3	1	1	1	4	2	2	0	0	4	0.5
22	3	3	2	2	1	4	2	2	1	1	6	0.75
23	3	3	3	2	1	4	2	2	2	1	7	0.875
24	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
25	2	3	3	3	1	4	1	1	2	2	6	0.75
26	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
27	3	3	2	1	1	4	2	2	1	0	5	0.625
28	2	1	3	3	1	4	1	1	2	2	6	0.75
29	2	3	2	2	1	4	1	1	1	1	4	0.5
30	2	1	3	3	1	4	1	1	2	2	6	0.75
31	2	3	2	2	1	4	1	1	1	1	4	0.5
32	2	3	2	2	1	4	1	1	1	1	4	0.5
33	2	2	2	2	1	4	1	1	1	1	4	0.5
34	3	3	2	2	1	4	2	2	1	1	6	0.75

## LAMPIRAN 15

## SKOR AIKEN'S V SKALA INTENSI BERWIRAUSAHA

No Aitem	Skor Panelis				Lo	c-1	s <sub>1</sub>	s <sub>2</sub>	s <sub>3</sub>	s <sub>4</sub>	∑s	V
	Pak Lubab	Bu Fina	Bu Mega	Bu Umda								
1	3	2	3	3	1	4	2	1	2	2	7	0.875
2	3	3	3	1	1	4	2	2	2	0	6	0.75
3	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
4	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
5	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
6	3	3	3	1	1	4	2	2	2	0	6	0.75
7	2	3	2	1	1	4	1	2	1	0	4	0.5
8	3	3	3	1	1	4	2	2	2	0	6	0.75
9	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
10	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
11	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
12	3	3	3	2	1	4	2	2	2	1	7	0.875
13	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
14	2	3	3	2	1	4	1	2	2	1	6	0.75
15	3	3	3	2	1	4	2	2	2	1	7	0.875
16	3	3	3	1	1	4	2	2	2	0	6	0.75
17	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
18	2	3	3	2	1	4	1	2	2	1	6	0.75
19	2	3	3	2	1	4	1	2	2	1	6	0.75
20	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
21	3	3	3	1	1	4	2	2	2	0	6	0.75
22	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
23	3	3	3	2	1	4	2	2	2	1	7	0.875
24	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
25	3	3	3	2	1	4	2	2	2	1	7	0.875
26	3	3	3	2	1	4	2	2	2	1	7	0.875
27	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
28	2	2	3	3	1	4	1	1	2	2	6	0.75
29	3	3	3	1	1	4	2	2	2	0	6	0.75
30	3	3	3	2	1	4	2	2	2	1	7	0.875
31	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
32	3	3	3	3	1	4	2	2	2	2	8	1
33	2	3	3	2	1	4	1	2	2	1	6	0.75
34	3	3	3	1	1	4	2	2	2	0	6	0.75

**LAMPIRAN 16****SKALA ONLINE****HUBUNGAN ANTARA *ADVERSITY QUOTIENT* DENGAN INTENSI  
BERWIRUSAHA MENGGUNAKAN MEDIA INSTAGRAM**

Assalamualaikum wr. wb.

Perkenalkan saya Devi Azizatul Ummah mahasiswa Psikologi UIN MALIKI Malang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Hubungan antara *Adversity Quotient* dengan Intensi Berwirausaha Menggunakan Media Instagram pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang". saya berharap teman-teman bersedia membantu saya dengan mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Atas kerjasama dan bantuannya saya ucapkan terimakasih. Semoga segala urusan dipermudah dan dilancarkan. Amin :)

Wassalamualaikum

NB: Adapun kriteria yang ditetapkan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Mahasiswa fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang masih aktif dalam dunia perkuliahan
2. Mahasiswa psikologi yang memiliki usaha online

3. Minimal telah menjalankan usaha onlinenya kurang lebih 5 bulan
4. Mencantumkan akun media online yang digunakan untuk menjalankan usahanya.

ALAMAT EMAIL\*

.....

ANGKATAN\*

.....

JENIS KELAMIN\*

LAKI-LAKI

PEREMPUAN

NO HP\*

.....

#### **PETUNJUK PENGISIAN**

Pilihlah jawaban yang menurut teman-teman paling sesuai dengan diri masing-masing.

Jawaban tersedia sebagai berikut :

1. Sangat Setuju
2. Setuju

3. Tidak Setuju

4. Sangat Tidak Setuju

1. Saya berusaha fokus untuk mencari tahu minat pasar\*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

2. Saya bertanggungjawab penuh dalam menarik minat konsumen\*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

3. Ketika memiliki konflik dengan konsumen, saya merasa penyebab konflik tersebut sebenarnya adalah sesuatu yang bisa dikendalikan\*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

4. Saya merasa gagal dalam membangun kerjasama dengan patner kerja\*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

5. Satu masalah yang muncul membuat saya sulit mengembangkan usaha \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

6. Menurut saya kritikan dalam kolom komentar di instagram dapat merusak kepercayaan para konsumen \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

7. Kesalahpahaman saya dengan konsumen dapat berpengaruh dengan kerjasama yang telah terjalin \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju



Sangat tidak setuju

8. Saya bukan satu-satunya penyebab kegagalan dalam meraih minat konsumen\*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

9. Kegagalan dalam berwirausaha bukan menjadi masalah bagi saya \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

10. Saya mudah terpengaruh dengan komentar negatif dari konsumen \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

11. Usaha saya berantakan karena kelalaian saya sendiri \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

12. Saya bertanggung jawab penuh untuk memperbaiki kerjasama yang baik dengan konsumen \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

13. Saya merasa gagal ketika produk tidak sesuai dengan harapan konsumen \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

14. Kepuasan konsumen menunjukkan keberhasilan saya dalam berwirausaha \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

15. Saya dapat memasarkan produk dengan waktu singkat menggunakan Instagram\*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

16. Saya memiliki keyakinan untuk sukses, meskipun banyak memiliki pesingan dalam berwirausaha melalui instagram \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

17. Komentar negatif merupakan kesalahpahaman yang mudah untuk diatasi \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

18. Saya malu dihadapan para konsumen, jika produk saya mendapatkan banyak komentar buruk dari pengguna instagram \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

19. Saya merasa tidak berdaya ketika konsumen kurang puas dengan kualitas barang\*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

20. Kenyakinan saya turun ketika mendapatkan komentar yang negatif \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

21. Meski sedang sakit, saya dapat memantau usaha dengan baik menggunakan media instagram \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

22. Ketika handphone untuk usaha rusak, situasi ini sulit saya kendalikan \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

23. Banyaknya persaingan berwirausaha menggunakan instagram membuat saya lebih giat dan berusaha lebih baik lagi \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

24. Saya merasa gagal ketika produk yang saya jual tidak diminati oleh konsumen \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

25. Menunda pekerjaan membuat usaha saya tidak berkembang \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju



26. Berwirausaha menggunakan instagram merupakan hobi dan pekerjaan yang menyenangkan \*

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

27. Banyaknya pengalaman dan frekuensi dari kegiatan jual beli meningkatkan keinginan saya untuk berwirausaha \*

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

28. Saya senang menemukan hal-hal baru saat berwirausaha \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

29. Saya berwirausaha sesuai dengan pengalaman yang saya dapatkan \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

30. Saya kurang suka usaha yang memiliki banyak saingan \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

31. Saya kurang yakin dengan keterampilan usaha yang saya miliki \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

32. Saya lebih senang bekerja mengelola usaha sendiri daripada ikut dengan orang lain \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

33. Berwirausaha menggunakan instagram merupakan sosuli untuk mengurangi pengangguran \*

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

34. Saya pantang menyerah dalam menghadapi kegagalan berwirausaha \*

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

35. Saya merasa kesulitan ketika berwirausaha menggunakan instagram \*

- Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

36. Banyaknya persaingan usaha menggunakan instagram, tidak menjadikan keuntungan besar bagi saya \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

37. Saya takut mendirikan usaha melalui instagram \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

38. Wawasan yang luas membuat saya mudah dalam berwirausaha \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

39. Memiliki banyak teman mempermudah untuk menjalin kerjasama dengan orang lain \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

40. Saya kurang bersemangat mengubah strategi usaha yang telah berjalan \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

41. Saya mengeluarkan banyak modal untuk berwirausaha di instagram \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

42. Banyaknya followers mempermudah saya dalam berwirausaha \*

Sangat setuju

- Setuju
- Tidak setuju
  
- Sangat tidak setuju

43. Dengan berwirausaha melalui instagram hubungan sosial dengan masyarakat semakin meningkat \*

- Sangat setuju
- Setuju
- Tidak setuju
- Sangat tidak setuju

44. Dukungan orang lain tidak berpengaruh besar terhadap usaha saya \*

- Sangat setuju
  
- Setuju
  
- Tidak setuju



Sangat tidak setuju

45. Waktu saya banyak terbuang karena usaha melalui instagram \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

46. Saya memiliki kemauan kuat untuk mempertahankan usaha \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

47. Saya mengeluarkan banyak ide untuk meningkatkan kreatifitas dalam berwirausaha \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

48. Saya memiliki potensi berwirausaha yang baik melalui instagram \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

49. Banyaknya ide yang keluar membuat saya bosan dalam berwirausaha \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

50. Banyaknya permintaan konsumen membuat saya lelah \*

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penelitian ini. semoga skripsinya juga diberikan kelancaran :)

## LAMPIRAN 17

## TABEL KREJCIE

TABEL KREJCIE

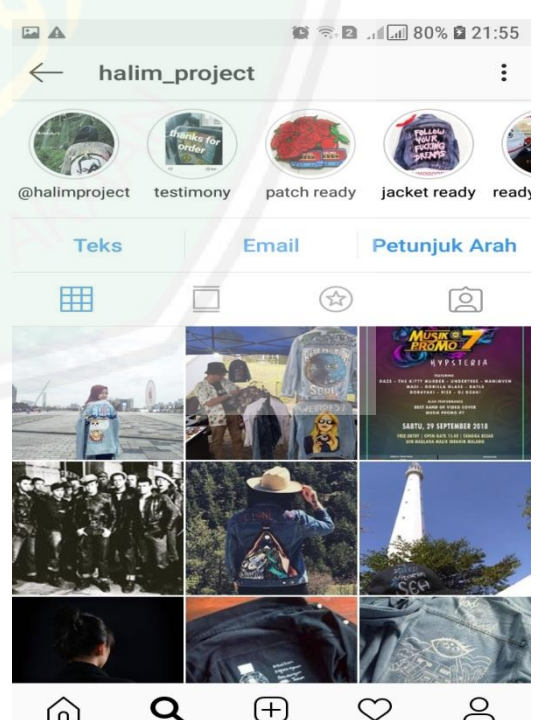
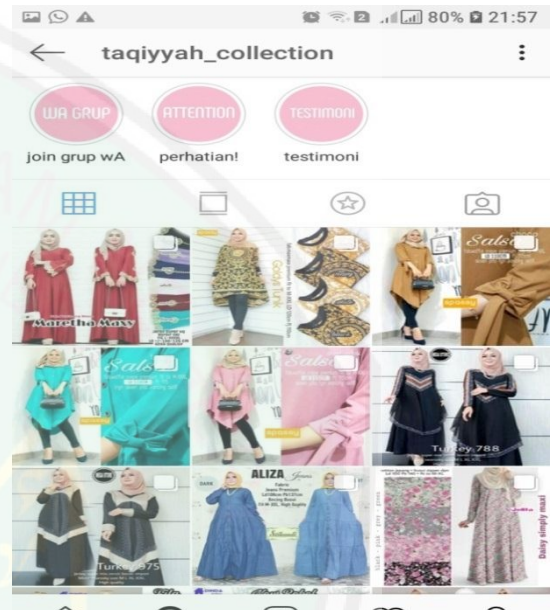
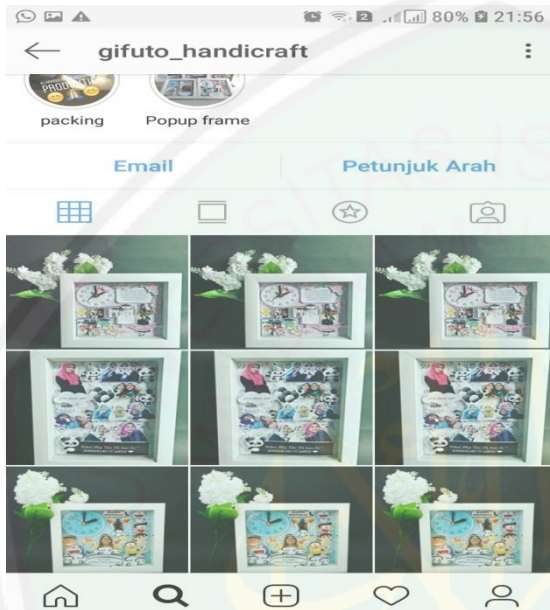
Tabel untuk menentukan kebutuhan jumlah sampel (S) dari sejumlah populasi (N) dengan tingkat kepercayaan 95%

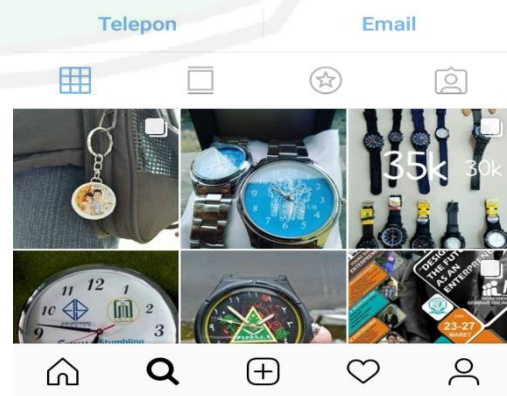
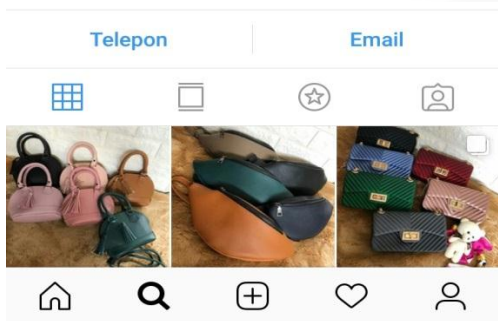
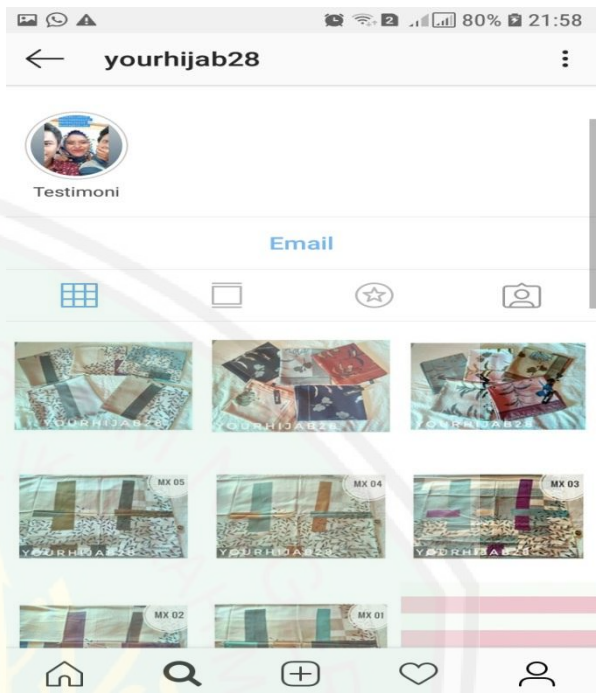
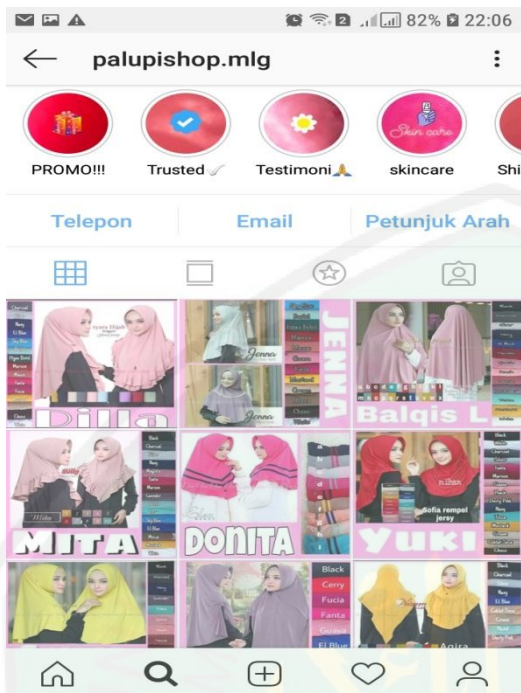
N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	150	108	460	210	2000	322
15	14	160	113	480	214	2200	327
20	19	170	118	500	217	2400	331
25	24	180	123	550	226	2600	335
30	28	190	127	600	234	2800	338
35	32	200	132	650	242	3000	341
40	36	210	136	700	248	3500	346
45	40	220	140	750	254	4000	351
50	44	230	144	800	260	4500	354
55	48	240	148	850	265	5000	357
60	52	250	152	900	269	6000	361
65	56	260	155	950	274	7000	364
70	59	270	159	1000	278	8000	367
75	63	280	162	1100	285	9000	368
80	66	290	165	1200	291	10000	370
85	70	300	169	1300	297	15000	375
90	73	320	175	1400	302	20000	377
95	76	340	181	1500	306	30000	379
100	80	360	186	1600	310	40000	380
110	86	380	191	1700	313	50000	381
120	92	400	196	1800	317	75000	382
130	97	420	201	1900	320	100000	384
140	103	440	205				

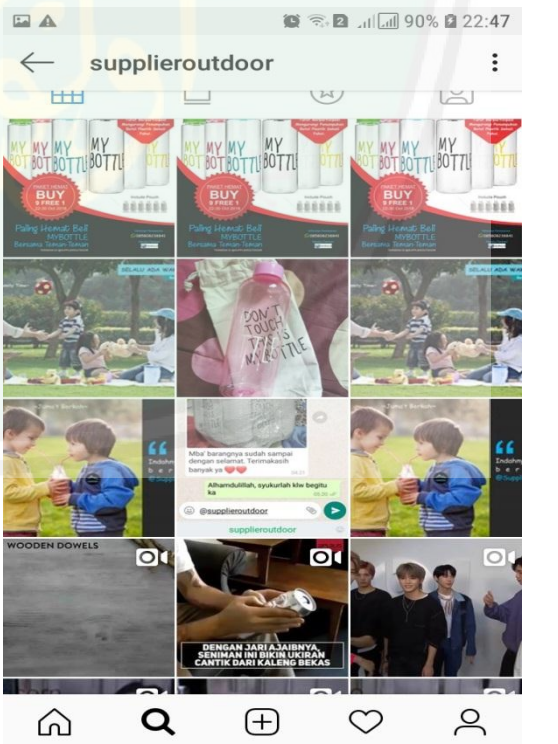
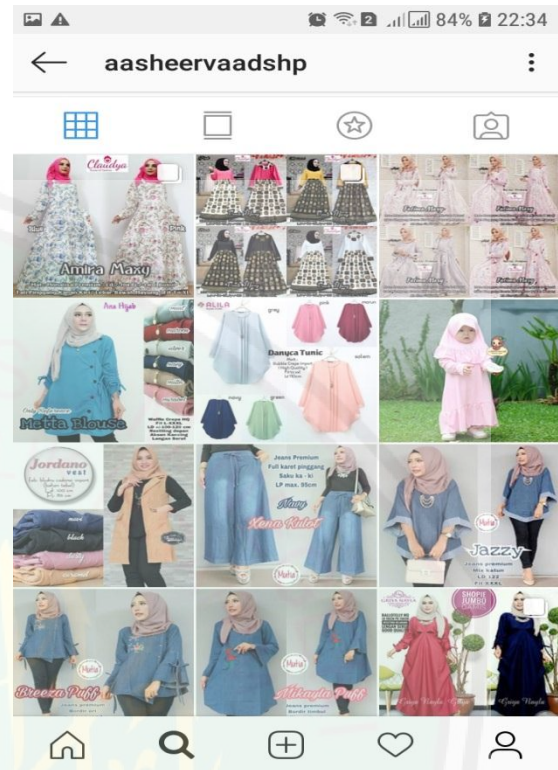
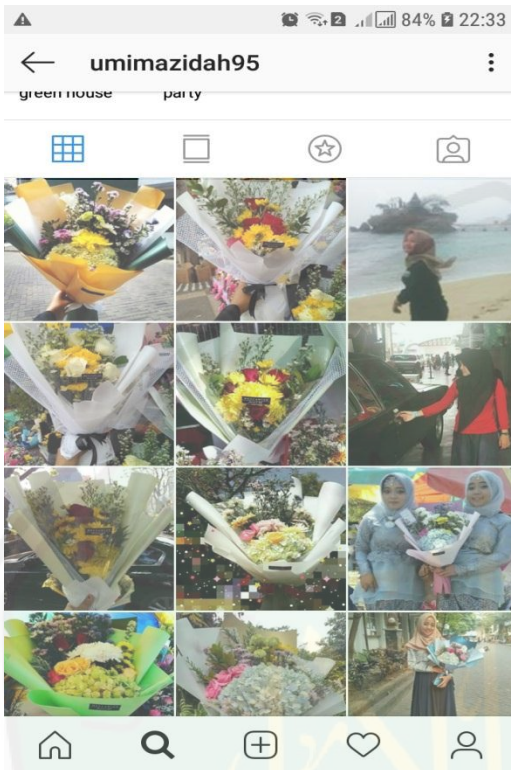
Sumber : Sugiyono, 2006

LAMPIRAN 18

INSTAGRAM WIRAUSAHAWAN







## HUBUNGAN ANTARA *ADVERSITY QUOTIENT* DENGAN INTENSI BERWIRAUSAHA ONLINE PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UIN MALANG

Devi Azizatul Ummah  
Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag  
Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
E-mail: [azizahdevi3@gmail.com](mailto:azizahdevi3@gmail.com). 082231649553

**Abstrak,** *Adversity quotient* adalah kemampuan menyelesaikan dan bertahan terhadap masalah. *Adversity quotient* penting dimiliki oleh mahasiswa yang berwirausaha online karena seorang yang berwirausaha rentan menghadapi permasalahan usaha dan berpotensi menjadi kelemahan bagi mahasiswa yang berwirausaha. Sebab itu, mahasiswa harus memiliki intensi berwirausaha yang baik. Intensi berwirausaha adalah orang yang memiliki niat yang ada pada dirinya untuk menampilkan perilaku berwirausaha yang dapat dilihat dari niatan individu untuk berani mengambil resiko, memanfaatkan peluang, menjadi orang yang kreatif, inovatif dan mandiri serta mampu mengelola sumber daya yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan subjek 34 mahasiswa. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik korelasional. Penelitian ini menggunakan dua alat ukur yaitu skala *adversity quotient* berdasarkan teori Sholtz dan skala intensi berwirausaha berdasarkan teori Fishbein dan Azjen. Kedua skala penelitian ini disusun sendiri oleh peneliti dengan berdasarkan teori. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa subjek memiliki tingkat *adversity quotient* dan intensi berwirausaha yang sedang. Adapun hasil korelasinya terdapat hubungan yang positif antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha dengan  $p = 0,013$  dan nilai korelasi 0.424.

**Kata Kunci:** *Adversity Quotient*, Intensi Berwirausaha.

### Pendahuluan

Manusia dapat dikatakan sebagai makhluk sosial karena manusia membutuhkan orang lain dalam kehidupannya. Hubungan antar manusia bisa terjalin dengan berkomunikasi. Seiring perkembangan elektronik hingga sangat pesat seperti saat ini, mengakibatkan timbulnya berbagai macam fasilitas telekomunikasi sehingga diharapkan masyarakat tidak ketinggalan dalam menerima perubahan dan perkembangan teknologi yang kian hari semakin canggih. Perkembangan elektronik didukung dengan mudahnya mengakses segala jenis situs dalam sebuah *gadget*. Di era globalisasi komunikasi yang



semakin terdepan, internet menjadi makin sangat populer dikalangan masyarakat. Disadari atau tidak semakin berkembangnya teknologi dapat menjadikan manusia ketergantungan. Teknologi dapat membentuk perasaan, pikiran, serta mengubah tindakan manusia, kemudian manusia dapat menciptakan hubungan simbolik dengan teknologi. Individu telah menciptakan teknologi dan teknologi pada gilirannya menciptakan kembali siapa individu tersebut (Morisson dkk, 2010).

Salah satu media baru yang muncul untuk mencari dan berbagi informasi pada tahun 1990-an adalah internet. Internet (*interconnection networking*) ini merupakan bentuk konferensi dari beberapa teknologi penting terdahulu seperti komputer, televisi, radio, dan telepon. Internet sekarang banyak digunakan dikalangan masyarakat, bahkan sudah menjadi kebutuhan. Internet tidak hanya dijadikan sebagai alat untuk media komunikasi. Bahkan internet tidak dapat terpisahkan dari dunia bisnis, pendidikan, industri dan sosial. Banyaknya pengguna internet yang semakin besar dan berkembang, internet juga memiliki pengaruh besar diatas ilmu dan pandangan dunia. Hanya berpaduan dengan google pengguna diseluruh dunia mempunyai akses internet yang mudah atas berbagai macam-macam informasi (Bungin, 2006). Menurut hasil survei 2016 terdapat beberapa penemuan yang menarik tentang Infografik Data Penggunaan Internet berdasarkan Pekerjaan. Penggunaan internet terbanyak berprofesi sebesar 82,2 juta atau 62% sebagai Pekerja / Wirausaha. Urutan pengguna internet berikutnya berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga sebesar 22 juta atau 16,6 % (Isparmo. Internet Marketing, November 2016).

Kemudian Informasi dari Data Perilaku Pengguna Internet berdasarkan Infografis hasil survei 2016, web yang sering dikunjungi oleh pengguna Internet adalah web onlineshop sebesar 82,2 juta atau 62%. Dan konten sosial media yang paling banyak dikunjungi adalah Facebook sebesar 71.6 juta pengguna atau 54% dan urutan kedua Instagram sebesar 19,9 juta pengguna atau 15% (Isparmo. Internet Marketing, November 2016).

Dari informasi yang diungkapkan diatas, menunjukkan bahwa sosial media memiliki pengaruh dalam menumbuhkan jiwa berwirausaha, khususnya

usaha yang berbasis online di Indonesia. Berdasarkan dari laporan Tetra Pak Index 2017, telah mencatat ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Sehingga hampir setengahnya adalah pengguna media sosial atau berkisar 40% (Detiknet, September 2017).

Hasil wawancara diatas didapatkan bahwa intensi berwirausaha online dari salah satu mahasiswa fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang terlihat memiliki keinginan berwirausaha yang baik. Subjek memilih untuk berwirausaha online agar dapat menyalurkan hobinya, memilih berwirausaha online juga dapat mempermudah menyebar luaskan produk yang dijual. Selain itu, subjek akan menghadapi persaingan-persaingan antar penjual. Subjek juga mendapatkan tantangan agar dapat berfikir kreatif dan inovasi dalam mengkreasikan gambar dalam instagram sehingga dapat memperlihatkan kualitas baik dan dapat menyakinkan konsumen.

Menurut Fishbein dan Ajzen (2000) mendefinisikan secara sederhana intensi adalah niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Sedangkan intensi lebih bersifat spesifik dan memiliki "kesegeraan" atau "kesiapan" dalam arti sebagai predisposisi seseorang yang lebih mengarah pada perwujudan perilaku yang tertentu pula.

Acok (1986) menyatakan bahwa intensi berkaitan erat dengan pengetahuan (*belief*) seseorang terhadap sesuatu hal, sikap (*attitude*) nya pada hal itu, serta dengan perilaku itu sendiri sebagai perwujudan nyata yang terdapat dari intensinya (Dayakisni & Hudaniah, 2009). Ilardo (1981) mengatakan bahwa antara sikap sampai tahap perilaku tertentu terdapat komponen sebagai mediatornya yaitu intensi.

Agar dapat meningkatkan intensi berwirausaha online, mahasiswa dituntut untuk mulai belajar berwirausaha dengan berbagai alasan yakni ketatnya persaingan mencari pekerjaan dan lapangan pekerjaan semakin sedikit. Sehingga, sudah saatnya bagi mahasiswa yang tidak lagi mencari pekerjaan, tetapi memulai untuk menciptakan lapangan pekerjaan melalui wirausaha online. Wirausahawan mendefinisikan bahwa orang yang bertanggung jawab, mengelola, dan mengukur resiko suatu usaha bisnis. Sedangkan seorang

wirausahawan pasti memiliki pribadi yang mandiri dalam mengejar prestasi, ia berani mengambil resiko untuk mengelola bisnis untuk mendapatkan laba. Seorang wirausahawan harus memiliki kepercayaan diri yang kuat dan dapat mempertahankan diri ketika menghadapi tantangan saat merintis usaha bisnis (Machfoedz, 2005).

Menurut Khalid (2004) mengatakan bahwa *adversity quotient* adalah satu kecerdasan penting untuk meraih kesuksesan dan kebahagiaan, yaitu kesuksesan mengatasi kesulitan. Kecerdasan ini mampu mengubah hambatan, masalah dan kesulitan menjadi suatu peluang.

Berbicara tentang *adversity quotient* dan intensi berwirausaha, penelitian dari Azizah (2016) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Brawijaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Brawijaya dengan memberikan kontribusi sebesar 45,5%.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Bakti (2016) pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang menunjukkan bahwa sebanyak 80,77 % mahasiswa memiliki intensi berwirausaha, sedangkan 19,33 % yang memiliki intensi berwirausaha rendah. Pada penelitian ini didasari oleh 3 faktor, yaitu (1) sikap berperilaku (*attitude*) (2) Norma Subjektif (Subjective Norm) (3) Persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavior Control*). Faktor sikap berperilaku diketahui kategori tinggi 88,46 % dan pada persepsi kontrol perilaku diketahui kategori tinggi 84,62 %. sedangkan faktor norma subjektif diketahui rendah dengan 9,23 %. Hasil ini menunjukkan adanya intensi berwirausaha yang tinggi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang.

Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui tingkat *adversity quotient* pada mahasiswa psikologi. 2) Mengetahui tingkat intensi berwirausaha online pada mahasiswa psikologi. 3) Mengetahui apakah ada hubungan *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online pada mahasiswa psikologi UIN Malang.

### Metode

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas: intensi berwirausaha (X) dan variabel terikat: *adversity quotient* (Y). Adapun yang dijadikan populasi dalam penelitian penelitian ini adalah mahasiswa psikologi UIN Malang yang berwirausaha online. Sampel yang diambil adalah yang memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun teknik pengambilan data sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Sedangkan teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala dan wawancara adapun instrumen yang digunakan ialah skala likert yang terdapat dua jenis pernyataan dalam angket ini yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Analisis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan bantuan SPSS 16 *for windows*.

### Hasil

Hasil data diperoleh dengan menggunakan analisis deskriptif dan melakukan uji asumsi seperti uji normalitas, uji linieritas, dan uji hipotesis dengan *product moment*. Adapun dari analisis deskriptif, diperoleh data sebagai berikut.

**Tabel 1. Deskripsi Statistik Skor Empirik**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Intensi Berwirausaha	34	60	84	70.15	5.743
Adversity Quotient	34	63	92	76.35	7.515

Pada tabel diatas dapat diketahui nilai tertinggi dan terendah dari hasil skala variabel *adversity quotient* dan intensi berwirausaha. Selain itu juga dapat diketahui rerata setiap variabel, serta kesejangan antara variabel yang lainnya.

Tabel 4.7 Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	Sig.	Status
Intensi Berwirausaha	0.805	0.537	Normal
Adversity Quotient	0.803	0.540	Normal

Berdasarkan tabel uji normalitas tersebut, dapat diketahui bahwa kedua variabel memiliki signifikansi  $>0,05$  yaitu intensi berwirausaha sebesar 0,537 dan *adversity quotient* sebesar 0,540. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwasanya distribusi data dari kedua variabel tersebut adalah normal.

Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas

Variabel	<i>Adversity Quotient</i>
Intensi Berwirausaha	0.398
Korelasi	Linier

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel intensi berwirausaha dan *adversity quotient* memiliki linieritas 0.398. Hasil dari variabel menunjukkan Sig. *Deviation from linearity*  $> 0.05$ . sehingga dapat disimpulkan bahwanya *adversity quotient* dan intensi berwirausaha memiliki hubungan yang linier.

Tabel 4.9 Hasil Korelasi *Product Moment*

	X	Y
<b>X</b> Pearson Correlation		.424*
Sig. (2-tailed)	1	.013
N	34	34
<b>Y</b> Pearson Correlation	.424*	1
Sig. (2-tailed)	.013	
N	34	34

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa taraf signifikansi variabel *adversity quotient* dan intensi berwirausaha sebesar 0.013. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara *adversity quotient* (Y) dan intensi berwirausaha (X) karena signifikansi kedua variabel kurang dari 0.05, dimana 0,05 merupakan taraf signifikansi yang telah ditentukan. Dengan demikian  $H_a$  yang menyatakan bahwa ada hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha diterima. Kemudian,  $H_0$  yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha ditolak. Dengan diterimanya  $H_a$ , maka dapat disimpulkan bahwasanya terdapat hubungan positif yang signifikan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa fakultas psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

### Diskusi

*Adversity quotient* dan intensi berwirausaha mempunyai hubungan yang signifikan. hipotesis penelitian yaitu ada hubungan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online pada mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari skor korelasi sebesar 0.424 dengan signifikansi 0.000. Hasil tersebut menunjukkan  $\text{sig.} < 0.05$  yang berarti hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis penelitian ( $H_a$ ) diterima. Semakin tinggi *adversity quotient* maka semakin tinggi pula intensi berwirausaha online pada mahasiswa.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Afrila (2010) terhadap mahasiswa Fakultas Pertanian Muhammadiyah Malang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *adversity quotient* yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin tinggi pula intensi berwirausaha online pada mahasiswa. Begitu pula sebaliknya semakin rendah *adversity quotient* yang dimiliki mahasiswa maka semakin rendah pula intensi berwirausaha online pada mahasiswa.

Penelitian ini juga membuktikan adanya hubungan positif yang signifikan antara *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha. Penelitian ini

dilakukan oleh Budiono & Budiani (2017) yang melibatkan 62 mahasiswa Universitas Negeri Surabaya sebagai subjeknya. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif antara kedua variabel, sehingga semakin tinggi *adversity quotient* maka semakin tinggi pula intensi berwirausaha online.

### Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa Tingkat *adversity quotient* pada mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori sedang. Artinya sebagian besar mahasiswa memiliki sikap control atau kemampuan menghadapi kesulitan, memahami asal usul yang menimbulkan kesulitan dan memiliki jangkauan kesulitan sehingga tantangan lebih mudah dimengerti. Namun terbilang rendah pada aspek daya tahan. Tingkat intensi berwirausaha online pada mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori sedang. Artinya sebagian besar mahasiswa memiliki intensi berwirausaha online yang seimbang dalam menjalankan usahanya. Mahasiswa memiliki intensi yang cukup seimbang hingga tinggi pada aspek keyakinan normatif dan keyakinan kontrol perilaku. Namun memiliki intensi berwirausaha yang rendah pada aspek keyakinan terhadap perilaku berwirausaha. Berdasarkan uji korelasi antara variabel *adversity quotient* dan intensi berwirausaha online menyebutkan terdapat hubungan yang positif antara keduanya. Artinya semakin tinggi tingkat *adversity quotient* mahasiswa, maka intensi berwirausaha online pada mahasiswa juga semakin baik. Sebaliknya, semakin rendah tingkat *adversity quotient* pada mahasiswa maka intensi berwirausaha online pula kurang baik.

### Saran

Untuk subjek penelitian diharapkan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa fakultas psikologi untuk terus dan lebih mengasah kemampuannya dalam mengembangkan kreativitas yang telah dimilikinya. Sehingga dapat terus berwirausaha dan menjadi wirausahawan muda yang maju dan dapat

menciptakan pekerjaan untuk orang lain. Kemudian, teruntuk penelitian selanjutnya selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebagai salah satu referensi pendukung. Kemudian, bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti hubungan *adversity quotient* dengan intensi berwirausaha online maka disarankan untuk menambah jumlah responden, sehingga akan memberi warna bagi penelian selanjutnya. Hal ini dikarenakan adanya kemungkinan hasil penelitian yang berbeda dengan penelitian ini.

#### Daftar Pustaka

- Ariyani, L. (2016). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada Kalangan Mahasiswa*. Publikasi Ilmiah. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Azizah, S (2016). *Hubungan Adversity Quotient dengan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Brawijaya*. Fakultas Psikologi dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.
- As' ad. (2004). *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Bakti, B. T. (2016). *Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa*. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Budiono, L, I & Budiani, M, S. (2017). *Hubungan antara Adversity Quotient dengan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Universitas Negeri Surabaya*. Vol.4. No.3.
- Bungin & Burhan. (2006). *Sosialisasi Komunikasi*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Dayakisni, T. Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Dhanita, L. & Hidayat, A. (2015). *Gambaran Adversity Quotient pada Wirausahawan Melayu di Bidang Kuliner*. Vol. 09. No. 03. ISSN: 1970-3305.
- Internet. Dipetik Agustus 1, 2018, dari Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Internet>.
- Isparmo. (2016, November 21). Dipetik Februari 16, 2018, dari *Data Statistik Pengguna Internet Indonesia* 2016.



<http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>.

Julita, I. & Probowo, S. (2018). *Intensi Berwirausaha ditinjau dari Adversity Quotient pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegi japranata Semarang*. Vol 17. No. 1. ISSN : 1411-6073 / 2579-6321.

Machfoedz, Mas'ud. (2004). *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Konteporer*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Khalid, A. (2004). *Romantika Yusuf Meneladani Adversity Quotient (AQ) Nabi Yusuf*. Jakarta: Maghfirah Pustaka.

Shohib, M. (2013). *Adversity Quotient dengan Minat Entrepreneurship*. Vol. 01, No.01. ISSN : 2301-8267.

Stoltz. (2000). *Adversity Quotient: Mengubah Hambatan Menjadi Peluang*. Jakarta: PT Grasindo.