

# RESILIENSI PADA PENGUSAHA LAKI-LAKI USIA DEWASA MUDA PASCA PANDEMI COVID 19

Muhammad Wahid Sholihul Huda \*, Kusnulia Rosita \*\*

\*[wahidsholihul@iainutuban.ac.id](mailto:wahidsholihul@iainutuban.ac.id)

\*Institut Agama Islam Nahdatul Ulama Tuban

\*\* Rumah Psikologi Surakarta

---

## INFO ARTIKEL

### Riwayat Artikel:

Diterima: 31 Oktober 2021

Disetujui: 12 Desember 2021

---

### Key word:

Resilience; Entrepreneur;  
Young Adult; Covid 19  
Pandemic

### Kata kunci:

Resiliensi; Pengusaha; Dewasa  
Muda; Dewasa Madya,  
Pandemi Covid 19

---

## ABSTRAK

**Abstract:** *This study aims to describe the resilience of young adult entrepreneurs after the COVID-19 pandemic to survive difficult times. The characteristics and several emerging factors can help UMKM entrepreneurs find strength after the covid 19 pandemic. This research was conducted in one of the districts in Central Java. The method used is a qualitative research with five MSME entrepreneurs aged 20-40 years who are able to survive the covid 19 pandemic. The determination of the research subjects uses purposive sampling and data collection using the interview method. The results of the study describe that each subject has the characteristics of independence, initiative relationship, creativity, morality, insight, and religiosity. The resilience factors that emerge in this study are belief and belief in the ability to survive and the principle of religiosity. Each subject has a time difference in the resilience process. This is influenced by family support and independence of the subject.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran resiliensi pada pengusaha usia dewasa awal dan madya pasca pandemik covid 19 untuk bertahan dari masa sulit. Karakteristik dan beberapa faktor yang muncul dapat membantu pengusaha UMKM laki-laki menemukan kekuatan pasca pandemi covid 19. Penelitian ini dilakukan di salah satu kabupaten di Jawa Tengah. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan lima pengusaha UMKM yang berusia dewasa awal 20-40 tahun dan usia dewasa madya yaitu 40-60 tahun yang mampu bertahan di masa pandemic covid 19. Penentuan subjek penelitian menggunakan *purposive sampling* dan pengumpulan data menggunakan metode wawancara. Hasil penelitian menggambarkan masing-masing subjek memiliki karakteristik kemandirian, hubungan inisiatif, kreativitas, moralitas, *insight*, dan religiusitas. Faktor resiliensi yang muncul dalam penelitian ini adalah keyakinan terhadap kemampuan bertahan dan prinsip religiusitas. Setiap subjek memiliki perbedaan waktu dalam proses resiliensi. Hal ini dipengaruhi oleh dukungan keluarga dan kemandirian subjek.

## PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia memasuki era MEA, sebagai konsekuensinya Indonesia harus mampu berkompetisi dan menciptakan sumber daya manusia untuk menghadapi perekonomian khususnya dengan negara-negara ASEAN. Dalam menghadapi kompetisi dengan berbagai negara tetangga maka Indonesia harus meningkatkan jumlah pengusaha. pengusaha UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian bangsa. Hal ini terbukti pada saat Indonesia mengalami krisis 1998 pengusaha UMKM memiliki kemampuan untuk bertahan dibandingkan dengan pengusaha besar. Pengusaha UMKM mampu bertahan karena tidak bergantung pada modal besar dan pinjaman dari luar, sehingga pengusaha UMKM tidak terpengaruh oleh imbas krisis yang terjadi. Sedangkan perusahaan besar terpengaruh imbas krisis karena berkaitan dengan pinjaman dari luar saat terjadi fluktuasi nilai tukar terhadap mata uang asing ( LPPI dan BI, 2015).

Berdasarkan data angka pengangguran di Jawa Tengah menurun sedikit dari 5,95 % di Agustus 2021 menjadi 5,57 % pada Agustus 2022 (BPS, 2022). Penurunan angka pengangguran di Jawa Tengah belum signifikan sehingga perlu gerakan bersama untuk penanganan yang akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi negara. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah menciptakan wirausahawan yang mampu membuka lapangan kerja. Usaha kecil dan menengah dapat dijadikan solusi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara. Hal ini dapat dilihat karena UMKM dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

Pertumbuhan ekonomi, ekspor, dan inovasi dapat ditopang oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berperan strategis dalam pembangunan nasional (Putra, 2016). Indonesia perlu fokus mengembangkan UMKM karena memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional (Pakpahan, 2020). Sebuah penelitian menyatakan bahwa UMKM berhasil mengatasi krisis ekonomi 1997/1998 yang membantu Indonesia bertahan dari krisis yang menghancurkan sektor keuangan dan perbankan (Hadad et al., 2004). Berdasarkan data sensus ekonomi, terdapat 26 juta UMKM atau 98.68 persen dari total usaha nonpertanian di Indonesia. UMKM mampu menyerap tenaga kerja Indonesia lebih dari 59 juta orang atau sekitar 75.33 persen dari total tenaga kerja nonpertanian (Statistik, 2020)

Pandemi Covid 19 yang berasal dari Wuhan, China menyebabkan banyak negara mengalami penurunan ekonomi termasuk Indonesia (Yamali dan Putri, 2020). Kebijakan *lockdown* dan *social distancing* diambil pemerintah Indonesia yang menyebabkan banyak UMKM mengalami penurunan pendapatan yang tajam sehingga banyak yang harus berhenti beroperasi karena kendala arus kas (Thana, 2020). Hasil survey dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa 26.586 UMKM di Jawa Tengah terdampak Covid-19, dari UMKM sebanyak itu jenis usaha yang paling banyak terimbas adalah sektor makanan dan minuman yang mencapai 72,18 persen atau 19.191 UMKM (Solopos, 2020). Selain itu, catatan dari Kementerian Ketenagakerjaan menyatakan 1,4 juta pekerja Indonesia telah mengalami PHK hingga 7 April 2020, dengan rincian 1,05 juta pekerja formal dan sisanya pekerja informal (Sihaloho, 2020).

Pilihan karir sebagai seorang pengusaha bukanlah suatu pilihan mudah. Menjadi pengusaha artinya siap bekerja di lingkungan yang sangat tidak terduga dan terlibat dalam berbagai tugas tidak terduga dan dinamis. Maka dari itu, seorang pengusaha perlu memiliki kesehatan mental yang baik

untuk mengelola tantangan, kesulitan, dan pemicu stres yang datang saat menjalankan bisnis (Hessels et al, 2018). Keputusan mereka untuk menjadi wirausaha meningkatkan risiko kesehatan mental dan depresi. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan mental para pengusaha antara lain tuntutan waktu yang signifikan, risiko isolasi sosial dan ketegangan hubungan, serta kegagalan.

Berbagai faktor penyebab kegagalan bisnis dapat berasal dari faktor eksternal maupun internal bisnis. Pengusaha terkadang tidak mampu memprediksi secara pasti faktor eksternal maupun internal. Berdasarkan penelitian, variabel yang menjelaskan kegagalan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi empat kategori besar yaitu spesifik perusahaan, industri spesifik, ekonomi makro, dan faktor spasial atau geografis (Arasti et al., 2014). Penyebab kegagalan bisnis menjadi empat kelompok yaitu lingkungan umum (pandemi covid 19, ekonomi, teknologi, negara asing, politik, dan sosial); lingkungan terdekat (pelanggan, pemasok, pesaing, bank dan kredit institusi, pemegang saham, dan kesalahan); manajer atau pengusaha (motivasi, kualitas, keterampilan, dan karakteristik); dan strategi perusahaan (strategi dan investasi, operasi, personel, dan administrasi). Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat kegagalan usaha kecil dalam lima tahun pertama lebih dari 50% (Arasti et al., 2014).

Setiap pengusaha terlebih di bidang UMKM harus memiliki sikap optimis dan kemampuan dalam mengantisipasi risiko dari penurunan kinerja. Pengusaha menurut Deniz, Boz dan Ertosun (2011) merupakan seseorang memulai langkahnya dalam melakukan usaha dengan membuat organisasi baru yang diidentifikasi dari adanya peluang atau merevitalisasi organisasi yang sudah berkembang. Seorang pengusaha harus memiliki sikap kewaspadaan yang tinggi karena akan mengelola dan mengembangkan usaha. Selain itu, pengusaha dituntut bekerja keras agar usahanya tetap berjalan dengan baik dan tidak rugi. Pengusaha harus mampu melakukan pengambilan keputusan dengan tepat karena akan menjumpai resiko dan ketidakpastian bisnis yang tinggi. Pada saat inilah pengusaha dituntut untuk mampu beradaptasi serta terus menyesuaikan tujuan dan strategi dengan situasi yang berkembang.

Resiliensi merupakan kemampuan seseorang untuk menyesuaikan diri terhadap masalah yang dihadapi dengan cara mencari penyelesaian dari masalahnya sehingga mampu bangkit dari kondisi yang tidak menyenangkan (Desmita, 2015). Menurut Wollin dan Wollin (1994), karakteristik resiliensi antara lain 1) *insight* ialah kemampuan seseorang untuk memahami diri dan orang lain sehingga individu dapat menyesuaikan diri dengan keadaannya. 2) Kemandirian merupakan kemampuan untuk menjaga emosional dan fisik dari sumber masalah. 3) Hubungan adalah kemampuan untuk menjalin relasi yang baik dan saling mendukung dengan orang lain. 4) Inisiatif adalah rasa tanggung jawab terhadap kehidupan sendiri atau masalah yang dihadapi. 5) Kreativitas adalah kemampuan memikirkan berbagai pikiran, konsekuensi dan solusi alternatif dalam menghadapi tantangan hidup. 6) Humor adalah kemampuan untuk melihat sisi lain dari kehidupan dan menemukan kebahagiaan dalam segala kondisi. 7) Moralitas adalah kemampuan individu untuk mengevaluasi berbagai hal dan membuat keputusan yang tepat dalam mengatasi masalah.

Resiliensi merupakan salah satu karakter yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha. Seorang pengusaha harus memiliki keyakinan bahwa mereka mampu beradaptasi dengan baik, dapat

mengambil pelajaran dari kesuksesan pengusaha lain dalam menghadapi tantangan, dan menggunakan emosi positif untuk dapat pulih dari pengalaman traumatis (Calvo, 2013).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa peran pengusaha sangat dibutuhkan dalam usaha untuk meningkatkan ekonomi pada negara berkembang seperti Indonesia. Meskipun demikian, seorang pengusaha sangat rentan terhadap stress dan depresi. Ketakutan pengusaha akan kegagalan dan ambisi sukses menyebabkan munculnya penyakit kronis. Pengusaha berisiko lebih tinggi mengalami depresi karena memiliki banyak tantangan, keharusan sukses secara finansial, dan latar belakang sebagai pendiri usaha (Cubbon et al, 2020). Selain itu, pengusaha juga memiliki tingkat depresi yang luar biasa tinggi (Johnson, Freeman, & Staudenmaier, 2015). Maka dari itu, resiliensi berperan penting dalam kelangsungan suatu usaha. Penelitian ini membahas terkait resiliensi pada pengusaha laki-laki usia dewasa muda pasca pandemik Covid-19. Hal ini dirasa penting karena belum banyak penelitian yang membahas pengusaha laki-laki usia dewasa awal dan dewasa madya. Usia dewasa muda adalah individu yang berusia antara 20-40 tahun (Santrock, 2012) dan usia dewasa madya berlangsung dari awal 40 tahun sampai akhir 60 tahun (Zanden, Candell &Crandell, 2007). Salah satu tahapan perkembangan yang paling dinamis sepanjang rentang kehidupan manusia adalah dewasa muda, sebab seseorang mengalami banyak perubahan-perubahan progresif secara fisik, kognitif, maupun psikososio-emosional, untuk menuju integrasi kepribadian yang semakin matang dan bijaksana. Masa dewasa awal merupakan periode penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan baru dan harapan-harapan sosial baru, maka dari itu orang dewasa adalah individu yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap menerima kedudukan dalam masyarakat bersama dengan orang dewasa yang lain. Pada usia dewasa awal pulalah seseorang masih memiliki banyak energi untuk melakukan banyak aktivitas yang produktif. Tugas individu dewasa madya menurut Havighurst antara lain mencapai kesuksesan karir, membina hubungan akrab dan positif dengan orang lain maupun pasangan, mempersiapkan anak remaja untuk menjadi orang dewasa yang bertanggungjawab di kemudian hari, menyesuaikan diri dan membantu orang tua yang sudah menua, menerima perubahan fisik, mencapai tanggung jawab sosial kepada masyarakat, dan mengembangkan aktivitas waktu luang yang menyenangkan (Lachman, 2001).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian pendidikan di mana peneliti bergantung pada pandangan partisipan atau informan, peneliti mengajukan pertanyaan, kemudian melakukan pengumpulan data dan menganalisis teks tersebut menjadi tema-tema (Creswell, 2008). Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengeksplorasi secara rinci karakteristik perilaku individu, sosial dan organisasi serta maknanya (Schensul, 2011). Menurut Sugiyono (2016), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna. Teknik penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti tentang hal-hal yang

berkaitan dengan latar belakang subjek dan untuk meneliti sesuatu dari sisi prosesnya (Moleong, 2016).

Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha UMKM laki-laki yang berusia dewasa awal dan dewasa madya yang mampu bertahan pasca pandemic Covid-19. Penemuan subjek pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria :

1. PengusahaUMKM yang berusia 20- 40 tahun dan usia 40-60 tahun.
2. Pengusaha yang memulai usaha bukan dari warisan keluarga
3. Pengusaha yang pernah mengalami kebangkrutan dan berisiliensi dalam waktu kurang dari 6 bulan.
4. Teknik pengambilan data menggunakan wawancara mendalam ( *in-depth interview* )

Pengumpulan data selain dari subjek penelitian juga dari significant others untuk mendapatkan data tambahan tentang subjek. Teknik penggalian data menggunakan wawancara semi terstrktur dengan pendoman wawancara.

### HASIL

Masing-masing subjek memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam bertahan di masa pandemi. Masing-masing subjek menunjukkan faktor resiliensi yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.

Tabel 1  
Matriks Profil Subjek

Data	Subjek 1 (ES)	Subjek 2 (NZ)	Subjek 3 (SN)	Subjek 4 (HS)
Pendidikan	D3	S2	S2	S1
Pekerjaan sebelum membuka usaha	Pelaut	Guru	Guru	PNS
Bidang Usaha	Kuliner	Kuliner	Jasa Videografer, Penyewaan Alat-alat pesta	Kuliner
Latar belakang mendirikan usaha	Subjek ingin kembali berkumpul dengan keluarga	Subjek ingin memiliki penghasilan tambahan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga	Subjek ingin mendirikan usaha dan memiliki penghasilan lebih untuk membantu keluarga	Subjek ingin dekat dengan keluarga yang ada di Jawa Tengah

Tabel 2  
Matriks Karakteristik Resiliensi Subjek

Karakteristik	Subjek 1 (ES)	Subjek 2 (NZ)	Subjek 3 (SN)	Subjek 4 (HS)
Insight	Istri subjek sakit dan anak subjek pertama sudah ada	Menjadi tulang punggung keluarga & ingin	Memahami kondisi yang terjadi dan menganggap	Fokus membuka usaha di rumah sambil mendidik

	yang bekerja sebagai pelaut	memberikan penghasilan yang lebih pada keluarga	semua yang terjadi sebagai takdir	anak
Kemandirian	Mampu menjaga emosi, tetap tenang dalam menghadapi masalah, merintis usahanya dari 0 bersama istri	Awalnya merasa tertekan karena membuka usaha dibantu mertua, tapi akhirnya bisa tenang & menerima takdir	Awalnya stress, menyendiri, dan meminta saran pada guru spiritual	Awalnya menganggur 4 bulan, lalu membuka usaha
Hubungan	Membuka hubungan baik dengan mantan rekan kerja	Membina hubungan baik dengan keluarga istri	Sempat dijauhi anak istri karena tidak ada penghasilan dan dijauhi teman-teman	Membina hubungan baik dengan mantan bos
Inisiatif	Menjalin komunikasi dan kerjasama	Menjalin kerjasama & komunikasi	Melakukan profit share	Memulai usaha dari 0 dan menjual semua harta dari pekerjaan sebelumnya
Kreativitas	Berusaha menyelesaikan masalahnya	Berusaha menyelesaikan masalahnya	Subjek percaya terhadap kuasa Allah	Awalnya subjek meragukan Tuhan, lalu percaya
Humor	Rejeki sudah ada yang mengatur	Rejeki sudah ada yang mengatur	Rejeki sudah ada yang mengatur	Rejeki sudah ada yang mengatur
Moralitas	Berhati-hati dalam berbisnis	Introspeksi diri	Mengandalkan Tuhan	Tuhan yang utama

Tabel 3  
Matriks Faktor yang Mempengaruhi Resiliensi Subjek

Faktor	Subjek 1 (ES)	Subjek 2 (NZ)	Subjek 3 (SN)	Subjek 4 (HS)
Dukungan Keluarga	Subjek mendapat dukungan penuh dari istri	Subjek mendapat dukungan penuh dari istri	Subjek mendapat dukungan penuh dari istri	Subjek mendapat dukungan penuh dari istri
Dukungan Teman	Subjek mendapat dukungan dari sahabat	Subjek mendapat dukungan dari sahabat	Subjek mendapat dukungan dari sahabat	Subjek mendapat dukungan dari sahabat, beberapa sahabat ada yang pernah mengalami

				hal serupa
Nilai Spiritual	Sabar, syukur, dan tawakal	Subjek adalah muslim yang taat	Sabar, syukur, dan percaya Allah akan menolong	Subjek adalah muslim yang taat
Kegigihan	Membangun usaha untuk keluarga dari nol untuk membiayai anaknya kuliah	Subjek pernah membuka usaha lain namun gagal tetapi subjek tidak menyerah dan membuka usaha baru	Subjek merupakan pribadi yang gigih, ia giat berusaha untuk menghidupi keluarganya	Subjek gigih membuka usaha untuk mendapatkan nafkah yang lebih berkah
Kekuatan Finansial	Subjek memiliki tabungan yang cukup untuk membuka usaha	Subjek memiliki tabungan yang cukup untuk membuka usaha	Subjek mendapatkan profit share dari usaha sebelumnya	Subjek memiliki tabungan yang cukup untuk membuka usaha
Jaringan dan Kerjasama	Subjek memiliki jaringan dan teman-teman yang memiliki usaha untuk mendukung usahanya	Subjek memiliki jaringan dan teman-teman yang memiliki usaha untuk mendukung usahanya	Subjek memiliki jaringan dan teman-teman yang memiliki usaha untuk mendukung usahanya	Subjek memiliki jaringan dan teman-teman yang memiliki usaha untuk mendukung usahanya. Subjek juga tergabung dalam komunitas muslim antiriba
Strategi	Subjek menggunakan marketing offline dan online	Subjek menggunakan marketing offline dan online	Subjek menggunakan marketing offline dan online. Subjek memberikan bonus dan promo kepada konsumen	Subjek menggunakan marketing offline dan online

### PEMBAHASAN

Keempat subjek memiliki *insight* saat akan mengalami kegagalan bisnis ketika menghadapi pandemic Covid-19. Awalnya subjek sedih, khawatir, takut usaha yang sudah dirintis akan merugi dan sepi akibat pandemic covid 19. Akan tetapi, keempat subjek menyadari bahwa hidup harus terus berjalan dan senantiasa memotivasi diri untuk bertahan di tengah pandemi. Tiga bulan pertama ketika pandemi, usaha subjek sepi, tidak mendapatkan pemasukan, dan tidak balik modal. Awalnya subjek hampir menyerah karena mereka membuka usaha untuk mendapatkan penghasilan dan menafkahi keluarga tetapi yang terjadi di lapangan tidak balik modal. Di tengah keterpurukan secara finansial saat pandemic, keempat subjek memiliki daya juang dan kegigihan yang besar. Mereka mencoba berbagai strategi bisnis mulai dari bekerjasama dengan Go-Food hingga memberikan promo yang menarik kepada konsumen. Strategi ini cukup berhasil dan membuat usaha subjek tetap mendapatkan konsumen meskipun jumlahnya menurun.

Keempat subjek memiliki kemandirian secara fisik dan emosional yang cukup baik. Daripada mengeluh dengan keadaan, subjek memilih tawakal kepada Allah SWT atas usahanya. Subjek ke-4 menempuh jalur marketing langit dengan menyedekahkan 20 porsi makanan pertama setiap hari ketika membuka rumah makan. Hal ini ia lakukan secara rutin selama satu bulan dan usaha ini membuahkan hasil ketika banyak pelanggan yang berdatangan untuk membeli dan mengiklankan jualan subjek 4 dengan sukarela. Subjek 1 dan 2 bekerjasama dengan Go-Food dan banyak memberikan promo menarik kepada konsumen sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk memesan makanan kepada subjek 1 dan 2. Untuk subjek 3, ia bekerjasama dengan teman-teman komunitas yang memiliki follower instagram yang banyak untuk membantu mengiklankan usahanya. Selain itu, subjek 3 juga aktif dalam bersosial media sehingga mendapatkan konsumen yang banyak.

Keempat subjek mampu berresiliensi dengan baik sehingga usahanya mampu bertahan di tengah badai pandemic covid 19. Seseorang yang resilien mampu menjalin hubungan dengan orang lain dan saling mendukung. Keempat subjek memiliki hubungan baik dengan keluarga dan teman-teman. Keempat subjek memiliki kreativitas dalam menjalankan usaha kulinernya sehingga usahanya mampu bertahan di tengah badai pandemi Covid 19 dan berkembang menjadi besar setelah pandemi Covid 19. Kegigihan dalam berusaha ditunjukkan keempat subjek sebagai rasa tanggung jawab kepada keluarga sebagai kepala keluarga.

Humor adalah kemampuan dalam sisi positif dari peristiwa yang dialami. Keempat subjek mampu melihat dari sisi titik terendah saat mereka membuka usaha yaitu sepi pelanggan dan tidak ada pemasukan. Namun, kondisi sulit tidak menjadikan subjek menyerah justru dimanfaatkan subjek untuk membuat usahanya lebih kreatif dengan menggunakan strategi marketing yang berbeda yaitu secara offline dan online.

Dukungan dari keluarga atau teman sangat dibutuhkan oleh keempat subjek dalam proses resiliensi. Keterpurukan dalam membuka usaha dialami oleh keempat subjek dan untuk bangkit subjek membutuhkan dukungan dari keluarga dan teman. Dan Subjek mendapat dukungan penuh dari keluarga inti dan keluarga besar sehingga mampu mengatasi permasalahan yang dialami dan mampu membangun usahanya kembali. Keempat subjek juga mendapatkan dukungan marketing dari teman-temannya sehingga membuat subjek mampu bertahan di tengah pandemi Covid 19.

Keempat subjek memiliki nilai spiritual yang tinggi dengan percaya bahwa urusan rejeki itu adalah urusan Allah SWT dan tugas manusia hanyalah berusaha dengan maksimal. Keempat subjek ikhlas dengan apa yang telah terjadi dan tawakal menghadapi pandemic Covid 19.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan di atas gambaran resiliensi keempat subjek hampir sama. Keempat subjek mampu memahami apa yang telah terjadi, ikhlas terhadap apa yang telah terjadi, tawakal menerima cobaan pandemic Covid 19 serta tidak berlarut-larut dalam kekecewaan & kesedihan yang dapat menyebabkan depresi. Keempat subjek mampu membangun usahanya kembali dan menjadikan lebih sukses dari sebelumnya. Keempat subjek menggunakan strategi marketing offline dan online dengan memberikan banyak promo menarik kepada konsumen. Keempat subjek memiliki nilai spiritual



yang baik, subjek menyadari bahwa rejeki datangnya dari Allah sehingga keempat subjek berusaha untuk tetap gigih, sabra, dan lebih kreatif lagi dalam berusaha.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan bahwa keempat subjek mengalami proses resiliensi yang berbeda. Namun, keempat subjek memiliki gaya resiliensi yang hamper sama. Menurut Grotberg, 1991 (dalam Desmita, 2015), kualitas resiliensi pada setiap orang tidak sama, karena kualitas resiliensi ditentukan oleh usia, taraf perkembangan, intensitas seseorang dalam menghadapi situasi yang tidak menyenangkan, dan dukungan sosial dalam membentuk resiliensi seseorang tersebut

## DAFTAR RUJUKAN

- Arasti, Z., Zandi, F., & Bahmani, N. (2014). *Business failure factors in Iranian SMEs : Do successful and unsuccessful entrepreneurs have different viewpoints ? Fee 2004*, 1–14.
- Badan Pusat Statistika (BPS). 2022. (Diakses secara online).
- Calvo, G. M. (2013). Psychometric properties of connor-davidson resilience scale in Spanish of entrepreneurs. *Psichotema*. 25 (2) : 245-251.
- Cresswell. (2008). *Research design*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Cubbon, L., Darga, K., Duarte, U., Dennett, L., & Guptill, C. (2020). *Depression among entrepreneurs : a scoping review*.
- Deniz, N., Boz, I. T., & Ertosun, O. G., (2011). *The relationship between entrepreneur's level of perceived business-related fear and business performance*. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 579–600.
- Desmita. (2015). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Hadad, M. D., Blasyus, D., Herawanto, Indradjaja, Mukhlas, M., & Kusumastuti, Y. (2004). Kajian peta permasalahan usaha mikro kecil dan menengah.
- Hessels, J., Grilo, S., & Roy, T. (2011). *Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement*. *J Evol Econ* (2011) 21:447–471 DOI 10.1007/s00191-010-0190-4  
<https://www.solopos.com/26-586-umkm-di-jateng-terdampak-covid-19-paling-banyak-sektor-makanan-1074774>.
- J Lexy, Moleong. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya
- Johnson, S., M. Freeman, and P. Staudenmaier. (2015). Manic tendencies are not related to being an entrepreneur, intending to become an entrepreneur, or succeeding as an 31 entrepreneur. *Journal of Affective Disorders*, 173: p. 154-8.
- Pakpahan, A. K. (2020). *Covid 19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil dan menengah*. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 20 (April), 1–6.
- Santrock, John W. 2012. *Life Span Development*. Jakarta: Erlangga.
- Sihaloho, E. D. (2020). *Dampak covid-19 terhadap perekonomian Indonesia*. In GMKI Online Discussion Telkom University.
- Statistik, B. A. P. (2020). *Analisis*.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI
- Tairas, D. R. (2020). *Covid-19 pandemic and MSMEs : Impact and mitigation*. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 9(1), 67–80.

- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153.
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). *Dampak pandemi covid-19 terhadap ekonomi Indonesia*. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384–388