

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

Grand Theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). *Theory of Planned Behavior* atau disingkat TPB merupakan salah satu inovasi yang muncul dari Teori tindakan beralasan atau “*Theory of Reasoned Action/TRA*” Teori ini awalnya dikemukakan oleh Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1985 Inovasi dalam teori tindakan yang beralasan akan menjadi teori suatu perilaku yang terencana dikemukakan Ajzen diajukan untuk memberikan gambaran yang lebih rinci tentang bagaimana orang berperilaku.¹

TPB merupakan teori yang sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana reaksi manusia ketika melakukan suatu aktivitas atau mengambil suatu langkah berdasarkan pemikirannya. Ajzen menemukan bahwa niat berperilaku individu merupakan salah satu faktor yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap keputusan untuk melakukan suatu perilaku tertentu atau tidak melakukan perilaku tersebut sama sekali. Teori ini digunakan untuk memahami, mengubah, dan bahkan memprediksi perilaku manusia. Cara kerja teori TPB adalah dengan mengumpulkan informasi yang terkandung dalam variabel beserta teorinya. Teori TPB dapat menjelaskan *behavioral intention* atau niat perilaku yang disingkat NP, dimana individu dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi NP berikut ini adalah *attitude* atau sikap (SK), *subjective norms* atau norma subjektif (NS), dan terakhir *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku (KP) berikut uraiannya.²

1. Sikap (*attitude*)

Menurut Fishbein dan Ajzen, sikap diartikan sebagai komponen emosi atau pengaruh yang mungkin dimiliki seseorang ketika menerima atau menolak suatu tindakan. Konsep ini dapat diukur dengan menggunakan teknik yang

¹ Icek Ajzen and Martin Fishbein, “Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research,” *Psychological Bulletin* 84, no. 5 (1977): 888–918, <https://doi.org/10.1037//0033-2909.84.5.888>.

² Icek Ajzen, “The Theory of Planned Behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211, [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).

memberikan skala penilaian dua poin kepada orang-orang, seperti baik atau buruk, mendukung atau menentang.

Menurut Ajzen, sikap adalah suatu kondisi internal yang dibentuk oleh pilihan-pilihan pribadi terhadap sesuatu objek, orang, bahkan peristiwa-peristiwa tertentu. Dengan menggunakan perilaku kognitif, sikap afektif, dan perilaku yang dipelajari untuk dapat merespon secara positif atau negatif terhadap suatu hal, keadaan, organisasi, ide, atau bahkan seseorang.³

2. Norma Subyektif (*subjective norm*)

Norma subyektif merupakan pandangan atau persepsi seseorang terhadap pandangan orang lain, dan berpengaruh pada niat seseorang supaya bisa menjalankan atau tidak menjalankan tindakan yang sedang dipertimbangkan.⁴ Norma subyektif didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang termotivasi untuk mengadopsi keyakinan orang lain tentang suatu perilaku yang akan segera mereka lakukan (*normative belief*). Apabila dari individu merasakan bahwa itu merupakan hak pribadinya guna menentukan keinginan apa yang akan dia lakukan bahkan orang lain disekitarnya ikut menentukan, Akhirnya dia bisa mengabaikan pandangan dari orang tentang suatu perilaku yang akan segera dilakukannya

3. Kontrol Perilaku Persepsian atau (*perceived behavior control*)

Schifter dan Ajzen menambahkan kerangka teori TRA yang sebelumnya tidak ada. Struktur yang ditambahkan pada teori TPB berfungsi sebagai pengontrol perilaku, yang sering kali dibatasi oleh ketidakmampuan mendapatkan sumber daya yang ada untuk dapat melakukan operasi tersebut. Kontrol perilaku persiapan (*perceived behavioral control*) adalah sebuah konsep yang ditambahkan oleh Schifter dan Ajzen.⁵

³ Icek Ajzen, "Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior," *Journal of Applied Social Psychology* 32, no. 4 (2002): 665–83, <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>.

⁴ Ngalimatul Masu'mah and Amin Pujiati, "Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Niat Berwirausaha Siswa," *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 1 (2018): 194–207.

⁵ Deborah E Schifer and Icek Ajzen, "Intention, Perceived Control, and Weight Loss: An Application of the Theory of Planned Behavior," *Journal of Personality and Social Psychology* 49, no. 3 (1985): 843–51, <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.3.843>.

Hubungan antara perilaku dan niat pelanggan dapat terganggu oleh berbagai faktor. Kinerja serta keberhasilan dari perilaku ini tergantung dengan kemampuan dari individu yang dapat mengontrol adanya faktor-faktor yang bisa mempengaruhi suatu perilaku, walaupun dari kontrol kemauan (*volitional control*) merupakan salah satu kontrol yang paling bisa mempengaruhi perilaku konsumen dibandingkan adanya faktor-faktor yang lain, dari keterbatasan personal serta hambatan-hambatan dari faktor eksternal bisa mengganggu suatu kinerja dari adanya perilaku tersebut. Ajzen disini mencoba dengan menyediakan sebuah kerangka yang konseptual guna dapat membahas adanya permasalahan dari suatu kontrol *volitional* yang mana kurang lengkapnya bisa menambahkan suatu konstruk yang diberi nama kontrol perilaku persepsian.⁶

Menurut teori Fishbein dan Ajzen, berdasarkan perilaku manusia saat ini, mereka memiliki kontrol penuh atas dirinya. Teori perilaku terencana menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, dan adanya kendali atas tindakan semuanya mempengaruhi niat berperilaku, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku dengan cara tertentu.⁷ Teori ini sesuai dengan penelitian yang berhubungan dengan minat berwirausaha yang termasuk dalam niat seseorang dalam berperilaku.

1. Minat Berwirausaha

a. Pengertian Minat Berwirausaha

Menurut Djoko Widodo, minat adalah suatu dasar penerimaan yang berasal dari diri sendiri dan berkaitan langsung dengan sesuatu yang ada diluar diri manusia. Minat berwirausaha adalah keinginan, keterarikan, sera kesediaan unuk bekerja keras unuk berusaha dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut dengan risiko yang akan terjadi.⁸ Minat wirausaha menurut Muttaqiyathun merupakan kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup,

⁶ Ajzen, "Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior."

⁷ Icek Ajzen and Martin Fishbein, "Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes," *European Review of Social Psychology* 11, no. 1 (2000): 1-33, <https://doi.org/10.1080/14792779943000116>.

⁸ Djoko Widodo Setyo, *Membangun Startup Entrepreneur Yang Unggul* (Yogyakarta: Penebar Media Pustaka, 2020)., 113

menciptakan usaha baru dan memajukan usahanya dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja dengan kemauan keras untuk berdikari atau usaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko kegagalan yang harus dihadapi.⁹ Peran minat dalam berwirausaha sangat berkontribusi membantu negara yang berkembang ini menjadi negara yang maju. Menurut Alexander Thian, berwirausaha berarti menyesuaikan perilaku, sumber daya, dan keuangan individu. Oleh karena itu, kewirausahaan dapat dianggap sebagai suatu bentuk mata pencaharian atau profesi yang dijalankan secara fleksibel, menggunakan imajinasi, mempunyai kemampuan merencanakan, mampu mengambil keputusan, mengambil resiko, dan mengambil tindakan untuk mencapai tujuan. Kewirausahaan diperlukan untuk menganalisis peluang dan mengumpulkan sumber daya yang berguna untuk memanfaatkan peluang yang ada.¹⁰

Putri menyatakan bahwa minat kewirausahaan merupakan kecenderungan hati dan keinginan hati dari dalam diri individu untuk menciptakan kegiatan, usaha atau aktivitas bisnis lainnya tanpa ada paksaan dari siapapun.¹¹ Dalam pandangan Wahyudi minat usaha adalah sebuah perasaan. Keinginan kuat berwirausaha menjadi alasan umum seseorang melakukan usaha, walau di kemudian hari akan menghadapi berbagai kendala. Namun, minat menjadi sikap keberanian diri untuk mulai mewujudkannya.¹² Menurut Indriyani berwirausaha merupakan alternatif pilihan untuk mengatasi masalah pengangguran yang semakin meningkat.¹³ Berdasarkan

⁹ Muttaqiyathun and Nurmaya, "Peran Kecerdasan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z."

¹⁰ Alexander Thian, *Kewirausahaan*, by Arie Prabawati (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2021), 4

¹¹ Anita et al., "Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening."

¹² Wahyudi et al., "Membangun Minat Berwirausaha Melalui Kegiatan Learning, Sharing & Practice," *Jurnal PKM Manajemen Bisnis* 1, no. 1 (2021): 1–10, <https://doi.org/10.37481/pkmb.v1i1.214>.

¹³ Ika Indriyani and Subowo, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self Efficacy," *Economic*

pernyataan-pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha merupakan ketertarikan yang timbul dalam diri seseorang untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai tujuan keberhasilan berwirausaha. Seorang yang berminat dalam berwirausaha berani mengambil risiko dalam pengambilan keputusan dan berusaha untuk selalu kreatif dan inovatif sehingga usahanya dapat berkembang.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, diantaranya faktor internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri wirausahawan yakni sifat maupun sosio demografi. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar diri wirausahawan yang dapat berupa unsur dari lingkungan sekitar.¹⁴

Menurut Alma ada tiga faktor kritis yang mempengaruhi minat dalam berwirausaha, yaitu:

1) *Personal* (Pribadi)

Faktor personal (pribadi) berkaitan dengan kepribadian seseorang. Seseorang akan termotivasi untuk membuka usaha karena ingin mendapatkan kebebasan dalam berbisnis dan tidak terikat oleh pihak manapun. Selain itu orang yang membuka usaha akan ingin mendapatkan uang, sedangkan orang yang ingin membuka usaha untuk kesenangan, hobi, menyukai tantangan ataupun kesenangan

2) *Sociological* (Kemasyarakatan)

Sociological (kemasyarakatan) berkaitan dengan hubungan keluarga dan sosial. Ada berbagai hal yang berkaitan dengan hubungan keluarga, misalnya hubungan seseorang terhadap orang tua, dan juga keluarga. Sedangkan hubungan sosial bisa berkaitan dengan pekerjaan, teman, dan status

Education Analysis Journal 8, no. 2 (2019): 18–23, <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>.

¹⁴ Achmad Taufik, M. Naely Azhad, and Achmad Hasan Hafidzi, “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa,” *Jurnal Penelitian IPTEKS* 3, no. 1 (2018): 86, <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1881>.

sosial. Tanggung jawab sosial terhadap orang tua merupakan faktor sosial yang dapat mempengaruhi minat. Seorang anak akan lebih cenderung menjadi seorang wirausahawan apabila dia terlahir dari orang yang seorang wirausahawan. Hal ini merupakan inspirasi bagi setiap anak untuk berwirausaha.

3) *Environmental* (Lingkungan)

Environmental (Lingkungan) berkaitan dengan hubungan terhadap lingkungan. Adapun beberapa faktor lingkungan diantaranya adalah peluang, para pesaing, sumber daya yang ada disekitar, dan kebijakan yang diberikan oleh pemerintah.¹⁵

c. Dimensi Minat Berwirausaha

Menurut Purnomo dalam jurnal penelitian Hendrawan terdapat enam dimensi minat berwirausaha, diantaranya:

- a) Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup
- b) Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri
- c) Sikap jujur dan tanggung jawab
- d) Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha
- e) Pemikiran yang kreatif dan konstruktif
- f) Berorientasi ke masa depan, dan berani mengambil resiko.¹⁶

d. Indikator Minat Berwirausaha

Menurut Ardiansyah minat berwirausaha diukur oleh lima indikator adanya perasaan tertarik untuk berwirausaha merasa senang ketika melakukan kegiatan berwirausaha, memiliki motivasi atau dorongan untuk berwirausaha, memiliki keinginan atau harapan bahwa dengan berwirausaha akan membawa

¹⁵ Zulkifli and Nur Meifiani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 4, no. 1 (2021): 291–303, [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).7334](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).7334).

¹⁶ Josia Sanchaya Hendrawan and Hani Sirine, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha," *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 02, no. 03 (2017): 291–314, <https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e318240fa84>.

kesuksesan, mengungkapkan bahwa memiliki minat berwirausaha secara lisan atau dengan tindakan.¹⁷

Menurut Slameto dalam Djoko Widodo menyebutkan bahwa minat berwirausaha dengan tiga indikator, yaitu :

- a) Kognisi, yang meliputi pengetahuan kewirausahaan tentang kewirausahaan. Artinya, adanya ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang berpengaruh pada minat berwirausaha. Pengalaman, informasi, sikap tentang kewirausahaan yang berasal dari berbagai sumber membuat individu lebih percaya dengan pengetahuannya, sehingga memicu timbulnya minat dalam berwirausaha.
- b) Emosi, yang meliputi perasaan senang, tertarik dan prihatin tentang berwirausaha. Emosi dipahami sebagai suatu reaksi penilaian yang positif atau negatif. Perasaan dipengaruhi oleh rangsangan eksternal atau internal. Jika rangsangan itu positif maka yang terjadi (menyenangkan, menarik). Sedangkan jika rangsangan itu negatif maka yang terjadi (menakutkan, ingin menghindar).
- c) Konasi, yang memuat keinginan, usaha dan keyakinan untuk berminat berwirausaha. Dengan kata lain, *conation* adalah sifat aktif seseorang untuk mencapai tujuan hidup, tentunya sesuai arah yang sudah ditentukan.¹⁸

e. Wirausaha dalam Perspektif Islam

Kewirausahaan dalam Islam sangat erat kaitannya dengan hubungan dimensi horizontal, yaitu hubungan antar manusia sedangkan vertikal berhubungan dengan manusia dengan tuhan dimana kelak akan dipertanggungjawabkan di akhirat. Penerapan hukum syariat Islam dalam berwirausaha dan bertransaksi senantiasa menjamin kesuksesan dan kelanggengan usaha dengan cara menerapkan konsep berwirausaha syariah Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad SAW

¹⁷ Saepul Ardiansyah Rifki, Corry Yohana, and Nadya Fadillah Fidhyallah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri Di Jakarta," *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan* 2, no. 2 (2021): 484–96, <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/280>.

¹⁸ Setyo, *Membangun Startup Entrepreneur Yang Unggul*. 119

adalah suri tauladan yang perlu diteladani sikap, sifat, adil dan kejujuran dalam menjalankan bisnis. Konsep berwirausaha dalam diri Nabi Muhammad SAW ialah *siddiq, amanah, tabligh, fathonah*.¹⁹

Dalam pandangan Islam, kehidupan yang dijalani seorang muslim haruslah seimbang antara dunia dan akhirat, karenanya islam memberi motivasi yang kuat bagi penganutnya untuk melakukan usaha demi mencapai kesejahteraan hidupnya di dunia, namun dengan catatan bahwa kehidupan dunia tidak menjadikan seseorang lupa dengan kehidupan akhirat. Sesuai dengan firman Allah yang menggandengkan antara ibadah *mahdha* dengan ibadah *ghairu mahdha* dalam surat Al-Jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “Apabila telah ditunaikan sembahyang, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu'ah 62:10).²⁰

Dari ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa agama Islam senantiasa menganjurkan umatnya untuk berusaha dalam hidupnya, hal tersebut untuk mencapai kesejahteraan hidupnya baik di dunia maupun di akhirat kelak. Oleh karena itu, ajaran Islam menempatkan posisi usaha yang dilakukan manusia dalam hidupnya dapat bernilai ibadah bila dikerjakan dengan niat karena Allah.²¹

¹⁹ Bahri, “Kewirausahaan Islam: Penerapan Konsep Berwirausaha Dan Bertransaksi Syariah Dengan Metode Dimensi Vertikal (Hablumminallah) Dan Dimensi Horizontal (Hablumminannas),” *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 1, no. 2 (2018): 67–86, <https://doi.org/10.31949/mr.v1i2.1103>.

²⁰ Kemenag RI, “Al-Qur’an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019,” n.d.

²¹ Kamaluddin Kamaluddin, “Kewirausahaan Dalam Pandangan Islam,” *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* 1, no. 1 (2019): 302–10, <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3632>.

2. *Adversity Quotient*

a. *Pengertian Adversity Quotient*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan *adversity quotient* dapat juga didefinisikan sebagai daya juang yaitu kemampuan mempertahankan atau mencapai sesuatu yang dilakukan dengan gigih.

Adversity adalah situasi atau peristiwa sulit yang membawa tantangan dalam kehidupan manusia. Reaksi individu terhadap kesulitan menentukan apakah kesulitan tersebut akan membawa kekecewaan, kesedihan, keputusasaan dan keputusasaan atau kebahagiaan, pertumbuhan dan kesuksesan bagi mereka. *Adversity quotient* (AQ), juga dikenal sebagai ilmu ketahanan, berupaya mengukur kemampuan seseorang dalam menangani kesulitan dalam hidup. Individu yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi akan terus maju dengan sukses dan terus meningkat dalam hidupnya karena memiliki kemampuan untuk menanggung kesulitan yang besar.²² Menurut pandangan Zhao *adversity quotient* didefinisikan sebagai kapasitas untuk mengatasi dan pulih secara efektif dari hambatan internal dan eksternal, yang mungkin mencakup ketekunan dan adaptasi yang dinamis.²³

Adversity quotient dicetuskan oleh Paul G Stolz untuk menjembatani antara kecerdasan intelektual (IQ) dengan kecerdasan emosional (EQ). Menurutnya, sekalipun seseorang memiliki IQ dan EQ yang tinggi, namun tidak memiliki daya juang yang tinggi dan kemampuan merespons tantangan secara efektif dalam dirinya, maka kedua kualitas tersebut akan sia-sia. *Adversity Quotient* adalah suatu kemampuan seseorang dalam memahami menghadapi, dan menyelesaikan segala permasalahan dalam hidupnya untuk meraih kesuksesan dengan segala potensi yang dimilikinya, cara

²² Sandeep Singh and Tanu Sharma, "Effect of Adversity Quotient on the Occupational Stress of IT Managers in India," *Procedia Computer Science* 122 (2017): 86–93, <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.345>.

²³ Yuyang Zhao and Biao Sang, "The Role of Emotional Quotients and Adversity Quotients in Career Success," *Frontiers in Psychology* 14, no. February (2023): 1–11, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1128773>.

berpikir dan bersikap terhadap kesulitan.²⁴ Dengan *adversity quotient* manusia dapat mengubah hambatan menjadi pintu terbuka yang berharga karena pengetahuan ini menentukan sejauh mana manusia dapat bertahan dalam menghadapi dan mengatasi masalah.²⁵ Berdasarkan paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa *adversity quotient* adalah kemampuan seseorang untuk menghadapi tantangan yang ada dengan kecerdasannya dan mengubah kesulitan menjadi sebuah peluang yang baik.

b. Dimensi *Adversity Quotient*

Menurut stoltz ada empat dimensi atau aspek pada *adversity quotient* diantaranya :

- a) *Control* (kemampuan mengontrol situasi) , yaitu seberapa besar kendali yang dimiliki individu dalam menghadapi masalah.²⁶ Hal ini berkaitan dengan kemampuan individu dalam menghadapi suatu kondisi secara positif dan mampu mengendalikan respon dengan pemahaman bahwa setiap masalah pasti ada jalan keluarnya.
- b) *Origin* dan *ownership* (kemampuan menanggung akibat dari situasi), yaitu kemampuan individu untuk berani menanggung akibat dari pengambilan keputusan yang sudah diambil dan mampu menjadikannya sebagai pembelajaran dalam proses atas masalah yang telah terjadi.
- c) *Reach* (kemampuan menghadapi kemalangan) ,yaitu bagaimana suatu masalah mempengaruhi orang lain. Sikap seseorang yang profesional akan mampu menjangkau dan membatasi masalah agar tidak mengganggu aktifitas lainnya.
- d) *Endurance* (ketahanan diri dalam persepsi kemalangan) ,yaitu kemampuan individu untuk tanggap memberikan ide dalam mengatasi suatu

²⁴ Paul G Stoltz, *Adversity Quotient, Mengubah Hambatan Menjadi Peluang (Diterjemahkan Oleh T Hermaya)* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2000). 9

²⁵ Paul G Stoltz, *Adversity Quotient, Mengubah Hambatan Menjadi Peluang (Diterjemahkan Oleh T Hermaya)* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2000).

²⁶ Chao-ying Ven Zhi-hsien, "A Study Investigating the Influence of Demographic Variables on Adversity Quotient" 10, no. June (2014).

permasalahan sehingga penyelesaian dapat terwujud.²⁷

c. *Adversity Quotient* dalam Perspektif Islam

Sikap kecerdasan adversitas sudah ada sejak zaman para nabi, salah satunya ialah yang dialami oleh Rasulullah Saw., ketika menghadapi tekanan dan tantangan dari kaum kafir Quraisy saat beliau berdakwah menegakkan agama Allah Swt., dan masih banyak kisah para nabi yang dapat diteladani kecerdasan adversitasnya. Hal pertama yang dilakukan Nabi Muhammad Saw. ketika menghadapi cobaan yang tiada henti ialah dengan meneguhkan jiwa dalam bingkai kesabaran, karena dengan kesabaran itulah individu akan lebih bisa menghadapi setiap masalah berat yang menyimpannya.²⁸ Selain itu, Nabi Muhammad Saw. juga menghadapinya dengan keikhlasan, karena dengan ikhlas maka kita akan bisa memahami keadaan buruk yang menimpa. Dengan kata lain, ikhlas adalah senjata untuk meraih keberhasilan.²⁹

Adversity quotient sangat berkaitan dengan sifat sabar yang dimiliki oleh para nabi. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah surat Al-Imran ayat 146-147, sebagai berikut:

وَكَايِنَ مِّنْ نَّبِيٍّ قُتِلَ مَعَهُ رِيثُونَ كَثِيرٌ فَمَا وَهَنُوا لِمَا أَصَابَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَمَا ضَعُفُوا وَمَا اسْتَكَانُوا وَاللَّهُ يُحِبُّ الصَّابِرِينَ ۝ ١٤٦ وَمَا كَانَ قَوْلُهُمْ إِلَّا أَنْ قَالُوا رَبَّنَا اغْفِرْ لَنَا ذُنُوبَنَا وَإِسْرَافَنَا فِي أَمْرِنَا وَتُبِّتْ أَقْدَامَنَا وَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ۝ ١٤٧

Artinya : “Dan berapa banyaknya nabi yang berperang Dan betapa banyak nabi yang berperang didampingi sejumlah besar dari

²⁷ Stoltz, *Adversity Quotient, Mengubah Hambatan Menjadi Peluang* (Diterjemahkan Oleh T Hermaya).

²⁸ Abdillah Arrif, *Inspirasi Kehidupan: Kegagalan Hanya Sukses Yang Tertunda* (Surabaya: UBA Press, 2019).

²⁹ Fatimah Zuhriah, Universitas Islam, and Negeri Antasari, “Tarbiyah Islamiyah : Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam Konsep Adversity Quotient (Aq) Dalam Menghadapi Cobaan : Ditinjau Dari Perspektif Al-Qur ’ An Dan” 11, No. 1 (2021): 13–29, <https://doi.org/10.18592/jtipai.v11i1.4781>.

pengikut(nya) yang bertakwa. Mereka tidak (menjadi) lemah karena bencana yang menimpanya di jalan Allah, tidak patah semangat dan tidak (pula) menyerah (kepada musuh). Dan Allah mencintai orang-orang yang sabar. Dan tidak lain ucapan mereka hanyalah doa, "Ya Tuhan kami, ampunilah dosa-dosa kami dan tindakan-tindakan kami yang berlebihan (dalam) urusan kami dan tetapkanlah pendirian kami, dan tolonglah kami terhadap orang-orang kafir."”(QS. Al-Imran 3:146-147)

Dari ayat ini membuktikan bahwa orang yang selalu sabar, memohon ampun, dan berdoa kepada Allah tanpa mengeluh, menggerutu, ataupun ragu atas pertolongan Allah akan selalu dicintai oleh Allah. Mereka yakin dan pasrah menerima apa yang terjadi dalam hidupnya karena semuanya adalah milik Allah untuk itulah mereka selalu memohon ampun supaya diampuni dosa-dosanya atas perilaku mereka yang berlebihan. Kemudian mereka berdoa untuk ditetapkan keyakinan dan diberi pertolongan Allah pada urusannya.³⁰

3. *Self-Efficacy*

a. *Pengertian Self-Efficacy*

Self-efficacy merupakan persepsi diri sendiri mengenai seberapa bagus diri dapat berfungsi dalam situasi tertentu. *Self-efficacy* berhubungan dengan keyakinan diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan.³¹ Menurut Meirani dalam penelitian Purwaningsih efikasi diri adalah kesungguhan bahwa seseorang mempunyai kemampuannya dalam mencapai tujuan. Rasa kepercayaan diri sangat diperlukan di dalam melakukan suatu usaha karena jika seseorang sudah yakin akan kemampuan yang di miliknya maka usaha

³⁰ Niila Khoirun Amalia, “Adversity Quotient Dalam Al-Qur’an,” *Jurnal Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan* 12, no. 2 (2017): 227–54, <https://doi.org/10.37680/adabiya.v12i2.16>.

³¹ Atiningsih and Kristanto, “Peran Self-Efficacy Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga, Dan Pengalaman Kerja Terhadap Minat Berwirausaha.”

tersebut juga akan mudah berhasil dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki keyakinan akan kemampuan dirinya maka keberhasilan yang akan diperoleh akan sangat kecil bahkan bisa jadi mengalami kegagalan.³²

Bandura mengartikan efikasi diri merupakan keyakinan akan kemampuan individu untuk dapat mengorganisasi dan melaksanakan serangkaian tindakan yang dianggap perlu untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Efikasi adalah penilaian diri, apakah dapat melakukan tindakan bisa atau tidak bisa mengerjakan sesuai dengan yang dipersyaratkan. Bandura mengatakan bahwa efikasi diri wirausaha telah secara konsisten ditujukan sebagai sebuah variabel penjelas untuk mengapa orang-orang yang mengerjakan tugas-tugas yang diberikan dan bertahan dalam usaha-usaha mereka untuk menyukseuskannya.³³

b. Dimensi dalam *Self-Efficacy*

Menurut Bandura, setiap individu memiliki efikasi diri yang berbeda-beda yang dinyatakan dalam tiga dimensi, yaitu:

- a) Tingkat (*level*) Pada dimensi ini berkaitan dengan tingkat kesulitan setiap individu dalam melakukan sesuatu hal. Dimensi ini memiliki implikasi terhadap pemilihan tingkah laku yang dirasa mampu melakukannya dan akan menghindari hal yang diluar kemampuannya.
- b) Kekuatan (*Strength*) Dimensi ini berkaitan dengan tingkat kekuatan dari keyakinan seorang individu terhadap kemampuannya. Dan dimensi ini berkaitan dengan dimensi level taraf kesulitan tugas.
- c) Generalisasi (*generality*) Berkaitan dengan luasnya bidang tingkah laku yang mana setiap individu merasa yakin akan kemampuannya. Dan setiap individu merasa yakin terhadap kemampuan dirinya.³⁴

³² Dewi Purwaningsih, Elin Karlina, and Martinus Tukiran, "Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Research and Development Journal Of Education* 9, no. 2 (2023): 1194–99, <https://doi.org/10.30998/rdje.v9i2.20789>.

³³ Albert Bandura, "Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change," *Psychological Review*, 84, no. 2 (1997).

³⁴ Albert Bandura, "Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change," *Psychological Review*, 84, no. 2 (1997): 94

c. Indikator *Self-Efficacy*

Indikator *self-efficacy* mengacu pada 3 dimensi *self-efficacy* yaitu dimensi *level*, dimensi *generality*, dan dimensi *strength*. Brown dkk merumuskan beberapa indikator *self-efficacy* yaitu :

- a) Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu, individu yakin bahwa dirinya mampu menyelesaikan tugas tertentu, yang mana individu sendirilah yang menetapkan tugas (target) apa yang harus diselesaikan.
- b) Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan dalam menyelesaikan tugas, individu mampu menumbuhkan motivasi pada diri sendiri untuk bisa memilih dan melakukan tindakan-tindakan yang diperlukan dalam rangka menyelesaikan tugas.
- c) Yakin bahwa dirinya mampu berusaha dengan keras, gigih dan tekun. adanya usaha yang keras dari individu untuk menyelesaikan tugas yang ditetapkan dengan menggunakan segala daya yang dimiliki.
- d) Yakin bahwa diri mampu menghadapi hambatan dan kesulitan. Individu mampu bertahan saat menghadapi kesulitan dan hambatan yang muncul serta mampu bangkit dari kegagalan.
- e) Yakin dapat menyelesaikan tugas yang memiliki range yang luas maupun sempit (spesifik). Individu yakin bahwa dalam setiap tugas apapun dapat ia selesaikan meskipun itu luas atau spesifik.³⁵

d. *Self-Efficacy* dalam Perspektif Islam

Buku Albert Bandura yang berjudul *Self-efficacy in Changing Societies* merupakan buku yang menjelaskan mengenai bagaimana cara membentuk kemampuan dalam diri kita. Buku tersebut berargumen bahwa dunia sosial yang kita jalani sangatlah kejam. Oleh karena itulah kita dianjurkan untuk lebih percaya diri. Dengan berusaha tekun dan percaya kepada Allah, kita akan mendapatkan apa yang kita inginkan. Apabila

³⁵ Uswatun Hasanah, Nuriana Dewi, and Isnaini Rosyida, "Self-Efficacy Siswa SMP Pada Pembelajaran Model Learning Cycle 7E (Elicit, Engage, Explore, Explain, Elaborate, Evaluate, and Extend)," *Prisma Prosiding Seminar Nasional Matematika 2*, no. 1 (2019): 551–555.

kita percaya dan berusaha, maka usaha tidak akan mengkhianati hasil. Keyakinan yang diikuti dengan usaha pasti akan membuahkan hasil yang memuaskan.³⁶ Dalam agama Islam pembentukan *self-efficacy* sesuai dengan Q.S Al-Imran ayat 139, sebagai berikut :

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya : “*Janganlah kamu (merasa) lemah dan jangan (pula) bersedih hati, padahal kamu paling tinggi (derajatnya) jika kamu orang-orang mukmin.*” (QS. Al-Imran 3:139)³⁷

Dari ayat diatas tampak bahwa orang yang percaya diri dalam al-Qur'an disebut sebagai orang yang tidak takut dan sedih serta mengalami kegelisahan adalah orang-orang yang beriman dan orang-orang yang istiqomah. Umat Islam memiliki keistimewaan di muka bumi ini, untuk itu alangkah baiknya jika kita meningkatkan rasa percaya diri.³⁸

4. Lingkungan Keluarga

a. Pengertian Lingkungan Keluarga

Menuru Howardi *el al*, lingkungan Keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pola pikir seseorang dalam mengambil sebuah keputusan atau minat yang diinginkannya, misalnya minat dalam berwirausaha.³⁹ Lingkungan keluarga merupakan tempat pertama anak belajar untuk mendapatkan pendidikan yang dapat mempengaruhi perilaku dan arah tujuan hidupnya. Lingkungan keluarga sebagai teladan utama yang memberikan dampak besar terhadap perilaku dalam masa pertumbuhan anak, khususnya dari orang tua. Dalam konteks ini orang tua dapat menjadi *role model* bagi masa depan anaknya, dapat diartikan bahwa orang

³⁶ Amalia Kholiafatul Nissa, Abdul Majid, and Siti Lailiyah, “Konsep Self Efficacy Pada Karakter Remaja Dalam Pendidikan Agama Islam,” *Jurnal Basicedu* 6, no. 4 (2022): 7526–31, <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3552>.

³⁷ RI, “Al-Qur’an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019.”

³⁸ Aya Mamlu’ah, “Konsep Percaya Diri Dalam Al Qur’an Surat Ali Imran Ayat 139,” *Al-Aufa: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman* 1, no. 1 (2019): 30–39, <https://doi.org/10.36840/alaufa.v1i1.222>.

³⁹ Howardi Visza Adha, Aluiwaauri Tafonao, and Wahyu Sogaurifa Zebua, “Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 4, no. 2 (2023): 131–44, <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JPE/article/view/1060>.

tua secara tidak langsung dapat mempengaruhi semangat anak dalam meniti karir, salah satunya menjadi wirausaha. Sejalan dengan pendapat tersebut, Anggota keluarga juga memberikan landasan dalam mempersiapkan anak menjadi pekerja efektif di masa depan.⁴⁰

Lingkungan keluarga adalah lingkungan yang menjadi tempat pertama kali dan utama anak mendapatkan pendidikan, serta bimbingan.⁴¹ Keluarga akan menjadi pondasi dasar untuk seseorang dalam membentuk sebuah perilaku. Peran orang tua sangat penting dalam proses pendidikan seorang anak di dalam keluarga. Pembentukan pribadi yang kreatif, bertanggung jawab, disiplin perlu diajarkan oleh orang tua terutama ketika seorang anak mulai menjalin komunikasi dengan orang lain. Lingkungan keluarga yang mengajarkan nilai-nilai seorang pengusaha akan menumbuhkan minat anak untuk menjadi seorang pengusaha.⁴²

b. Peran Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga sangat berperan terhadap tumbuh kembang anak. Menurut Arif Rohman keluarga memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Fungsi Proteksi, keluarga harus memberikan perlindungan, perawatan, serta menjaga dari setiap gangguan yang dapat mengancam keselamatan anggota keluarganya.
- 2) Fungsi rekreasi, keluarga harus memberikan dan menciptakan rasa damai, tenang dan gembira sehingga lingkungan keluarga memberikan sarana hiburan bagi anak.
- 3) Fungsi inisiasi, keluarga harus mengenalkan kepada anak tentang hal-hal yang berada di sekitar lingkungannya, seperti nama hewan, nama keluarga

⁴⁰ Mahfudzi and Fitri, "The Influence of Family Environment on Generation Z's Entrepreneurial Intention through Self-Efficacy."

⁴¹ Atiningsih and Kristanto, "Peran Self-Efficacy Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga, Dan Pengalaman Kerja Terhadap Minat Berwirausaha."

⁴² Andi Rinda Oktariani et al., "Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik," *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 2, no. 1 (2021): 101–9, <https://doi.org/10.26858/je3s.v2i1.91>.

yang lain, saudara, dan tetangga agar anak mengenal lingkungan sekitarnya.

- 4) Fungsi sosialisasi, anak harus diberikan pendidikan mengenai adat istiadat, budaya yang diterapkan di lingkungan yang ditempati agar anak dapat hidup baik dengan masyarakat setempat.
- 5) Fungsi edukasi, anak hari diberi pendidikan sejak dini baik yang bersifat pengetahuan maupun yang bersifat budaya. Agar anak bisa tumbuh menjadi anak yang cerdas dan bermoral.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa keluarga menjadi lingkungan pertama yang berperan dalam perkembangan dan pertumbuhan anak. Dari pendidikan, motivasi, dukungan yang diberikan keluarga kepada anak maka anak menjadi tahu. Dalam bidang kewirausahaan, motivasi dan dukungan dari keluarga sangat dibutuhkan kepada anak agar minat anak untuk berwirausaha semakin tumbuh. Semakin besar motivasi dan dukungan yang diberikan oleh keluarga maka minat anak dalam berwirausaha semakin besar sehingga nantinya wirausaha yangigeluti dapat berkembang dan dapat berjalan dengan sukses.⁴³

c. Dimensi Lingkungan Keluarga

Menurut Slameto dimensi yang terkandung dalam lingkungan keluarga terdiri dari:

- a) Cara orang tua mendidik
- b) Relasi antar anggota keluarga
- c) Suasana Rumah
- d) Keadaan Ekonomi Keluarga
- e) Pengertian Orang Tua
- f) Latar Belakang Kebudayaan.⁴⁴

d. Indikator Lingkungan Keluarga

Dalam jurnal Mahfudzi yang berjudul *The Influence of Family Environment on Generation Z's Entrepreneurial Intention through Self-Efficacy*,

⁴³ Arif Rohman, *Memahami Pendidikan (Ilmu Pendidikan)* (Surabaya: LBM, 2009),200

⁴⁴ S R Ritonga, T Anggraini, and Z M Nawawi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Bisnis Islam Melalui Motivasi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 02 (2022): 2269–80, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5874>.

indikator yang digunakan untuk variabel lingkungan keluarga yaitu :

- 1) Inspirasi dan dukungan berwirausaha
- 2) Pembelajaran kewirausahaan dalam keluarga⁴⁵

Dalam jurnal Indriani et al, yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui *Self Efficacy*, menyebutkan terdapat tiga hal pokok yang mempengaruhi diri seseorang. Hal tersebut berkaitan dengan keadaan individu terkait status dan perannya dalam keluarga. Penelitian tersebut menggunakan tiga indikator sebagai berikut:

- 1) Keberfungsian keluarga
- 2) Sikap dan perlakuan orang tua terhadap anak
- 3) Status ekonomi.⁴⁶

e. Lingkungan Keluarga dalam Perspektif Islam

Dalam islam orang tua memiliki tanggung jawab yang besar dalam mendidik anaknya sesuai dengan firman Allah surat At-Tahrim ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ
وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ
وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu, penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan-Nya.”*⁴⁷

Keluarga merupakan lembaga pendidikan yang bersifat informal, yaitu pendidikan yang tidak

⁴⁵ Mahfudzi and Fitri, “The Influence of Family Environment on Generation Z’s Entrepreneurial Intention through Self-Efficacy.” *Journal of Economics, Finance and Management Studies* 05, no. 10 (2022): 3087–97, <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i10-29>

⁴⁶ Indriyani and Subowo, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dna Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self Efficacy.”

⁴⁷ RI, “Al-Qur’an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019.”

mempunyai program yang jelas dan resmi, selain itu keluarga juga merupakan lembaga yang bersifat kodrati, karena terdapatnya hubungan darah antara pendidik dan anak didiknya. Kesadaran orang tua akan peran dan tanggung jawabnya selaku pendidik pertama dan utama dalam keluarga sangat diperlukan. Tanggung jawab orang tua terhadap anak tampil dalam bentuk yang bermacam-macam.⁴⁸

Dalam hal ini keluarga diibaratkan seperti ladang yang harus ditanami dengan benih yang baik. Bila si pemilik ladang ingin benihnya tumbuh subur dan berkembang, ia harus menjaga, menyiram dengan air, lalu memberi pupuk yang baik, kemudian memagarinya dengan pagar yang kuat agar benihnya yang tumbuh subur tidak diganggu atau dirusak oleh binatang. *Entrepreneur* yang beruntung selalu menempatkan keluarga sebagai faktor pendukung usaha yang paling utama. Itu karena sebagian besar waktunya ada di rumah.

5. Generasi Z

a. Pengertian Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan tumbuh pada fase perkembangan teknologi. Generasi Z cenderung lebih bebas dalam mengekspresikan diri dengan keinginan dan harapan mereka, terlebih terhadap hal baru dan menantang. Generasi ini mudah menerima berbagai pandangan dan pola pikir yang luar, sehingga mereka bisa menerima keberagaman dan pandangan atas suatu hal. Selain itu, generasi Z mampu memanfaatkan perubahan teknologi yang ada bagi kehidupan mereka.⁴⁹

Saebah dan Nasikin mendefinisikan gen Z atau generasi z adalah seluruh generasi yang lahir mulai dalam rentang tahun 1996 hingga 2010.⁵⁰ Berdasarkan hasil sensus penduduk 2020 jumlah generasi Z mencapai 75,49 juta jiwa, sebanding dengan 27,94% dari total populasi penduduk Indonesia. Hal itu menjadikan generasi Z menjadi kelompok pertama yang

⁴⁸ Dwi Mutiara et al., "Pendidikan Islam Anak Dalam Keluarga," *Bunga Rampai Usia Emas (BRUE)* 8, no. 1 (2022): 32–43.

⁴⁹ Agus Salim Lubis and Ricka Handayani, *Generasi Z Dan Entrepreneurship* (Bypass, 2023), <https://books.google.co.id/books?id=VwatEAAAQBAJ>.

⁵⁰ Nur Saebah et al., "Efektivitas Pengembangan Digital Bisnis Pada Gen - Z Dengan Model Bisnis Canvas," *Jurnal Syntax Admiration* 3, no. 11 (2022).

mendominasi populasi penduduk Indonesia.⁵¹ Menurut Erwin Idris, dkk. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang kreatif dan inovatif. Mereka mampu untuk mengatasi masalah yang ada dengan berpikir diluar kotak dan menciptakan solusi baru, sehingga mereka dapat lebih mandiri untuk mengambil keputusan dan mengelola bisnis mereka. Generasi Z lahir pada fase perkembangan teknologi sehingga mereka terbiasa dengan perubahan teknologi di lingkungan yang serba cepat dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dan memiliki fleksibilitas dalam menghadapi tantangan.⁵²

b. Karakteristik Generasi Z

Menurut Stillman dalam Arum dkk menyebutkan bahwa terdapat tujuh karakteristik Generasi Z⁵³:

1. Digital

Maksud dari digital disini adalah Gen Z tidak pernah membatasi aktivitasnya pada ruang lingkup mereka antara dunia nyata dengan dunia digital. Perkembangan teknologi pada saat ini membuat Gen Z tidak dapat terlepas dari dunia online, terlebih lagi segala hal sangat mudah ditemukan dan diakses dengan aplikasi maupun situs online.

2. Hiper-kustomisasi

Hiper-kustomisasi yang disinggung dalam setting ini adalah bahwa generasi Z tidak perlu diberi label atau merek apa pun pada dirinya sendiri. Mereka perlu menunjukkan keistimewaan atau keunikan yang mereka miliki sesuai dengan kepribadian yang mereka gunakan, bukan dari segi agama, suku atau ras. Generasi Z perlu menyesuaikan kepribadiannya sebanyak mungkin di mata masyarakat. Dari hal-hal yang menonjol tersebut,

⁵¹ Lingga Sekar Arum, Amira Zahrani, and Nickyta Arcindy Duha, "Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030," *Accounting Student Research Journal* 2, no. 1 (2023): 59–72, <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>.

⁵² Erwin Idris et al., "Membentuk Karakter Wirausaha Pada Generasi Z Di Era Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0," *Jurnal Cahaya Mandalika* 3, no. 2 (2023): 1919–26, <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jcm/article/view/2457>.

⁵³ Lingga Sekar Arum, Amira Zahrani, and Nickyta Arcindy Duha, "Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030," *Accounting Student Research Journal* 2, no. 1 (2023): 59–72, <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>

berkembang suatu penilaian seputar betapa menariknya mereka dibandingkan dengan individu lain di lingkungan serupa.

generasi Z bukanlah generasi yang suka dikategorikan ke dalam beberapa kelompok. Hal ini memberikan kesan bahwa mereka tidak patuh dan sulit dikendalikan. generasi Z memang ingin menjauh dari sesuatu yang sudah lumrah dan banyak dimanfaatkan oleh masyarakat lain. Memang sejak masa remaja, kebanyakan dari mereka sudah perlu menentukan impian dan tujuan mereka sendiri untuk jangka panjang, serta strategi apa yang harus diambil untuk mewujudkan tujuan tersebut.

3. Realitis

Generasi Z memiliki pandangan yang realistis tentang kehidupannya. Mereka cenderung tidak berekspektasi tinggi dengan kehidupan mereka di masa mendatang. Hal tersebut disebabkan oleh kehidupan orang tua mereka yang tidak sejalan dengan mimpi yang dicita-citakan. Oleh karena itu generasi Z sadar bahwa praktik akan lebih efektif daripada teori. Mereka berasumsi bahwa semakin banyak pengalaman semakin cepat pula mereka akan siap untuk bekerja.

4. *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Generasi Z terbiasa hidup di era digital, maka mereka merasa bahwa mengumpulkan segala informasi internet itu penting dan bermanfaat bagi pekerjaan mereka. Generasi memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, dan akan membuat mereka gelisah apabila tidak update berita terbaru. Akibatnya mereka tidak mau tertinggal informasi yang akan menghambat kinerja mereka.

5. *Weconomist*

Dengan berbagai platform digital generasi Z dapat melakukan berbagai kegiatan sosial dengan mudah. Generasi Z lebih mengenal ekonomi berbagi, untuk melakukan kolaborasi dengan siapapun sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan.

6. *Do it Yourself (D.I.Y)*

Hidup dalam perkembangan teknologi digital membuat generasi Z menjadi generasi yang mandiri. Mereka mampu mempelajari suatu hal baru tanpa perlu pendampingan secara langsung. Hanya dengan mencari video tutorial yang ada di platform youtube, semuanya terselesaikan. Generasi Z bisa lebih fokus dalam menjalankan tugas yang menjadi tanggung jawab mereka. Karakteristik inilah yang memicu gen Z untuk memiliki minat dalam hal berwirausaha.

7. Terpacu

Generasi Z memang generasi yang realistis dan tidak memiliki mimpi yang besar, tetapi mereka memiliki keinginan dalam membentuk pola pikir positif untuk lingkungan mereka dengan menggunakan teknologi. Dengan semangat terpacunya itulah, generasi Z dapat membangun dan mengenalkan personal branding mereka pada dunia demi aksi-aksi besarnya di masa mendatang.

B. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian
1.	Ani Muttaqiyathun, Ema Nurmaya, Yogi Saputra (2022) ⁵⁴	Peran Kecerdasan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z	Hasil dari penelitian ini variabel kecerdasan adversitas dinyatakan tidak berpengaruh pada minat berwirausaha.	Analisis regresi linear berganda
	Persamaan : <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan variabel <i>adversity quotient</i> - Menggunakan jenis penelitian kuantitatif 			

⁵⁴ Muttaqiyathun And Nurmaya, “Peran Kecerdasan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z.”

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian
	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian sama-sama generasi Z Perbedaan : <ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini tidak menggunakan variabel <i>self-efficacy</i> dan lingkungan keluarga 			
2.	Jean Elikal Marna dan Dianita Dwi Putri (2023) ⁵⁵	Pengaruh <i>Adversity Quotient</i> dan <i>Personal Attitude</i> terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Hasil penelitian menunjukkan <i>adversity quotient</i> berpengaruh positif dan signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi.	Analisis regresi linear berganda
	Persamaan : <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan variabel <i>adversity quotient</i> - Menggunakan jenis penelitian kuantitatif Perbedaan : <ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini tidak menggunakan variabel <i>self-efficacy</i> dan lingkungan keluarga - Objek penelitian berbeda 			
3.	Xianyue Liu, Chunpei Lin, Guanxi	<i>Research on the Effects of Entrepreneurial</i>	Hasil penelitian menunjukkan	Analisis regresi linier berganda

⁵⁵ Marna and Putri, “Pengaruh Adversity Quotient Dan Personal Attitude Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi.”Marna and Putri.

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian
	Zhao,dan Dali Zhao (2019) ⁵⁶	<i>Education and Entrepreneurial Self-Efficacy on College Students' Entrepreneurial Intention</i>	<i>self-efficacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneur intention</i>	
<p>Persamaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan variabel <i>self-efficacy</i> - Menggunakan jenis penelitian kuantitatif <p>Perbedaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini menggunakan variabel pendidikan kewirausahaan - Penelitian ini tidak menggunakan variabel <i>adversity quotient</i> dan lingkungan keluarga - Objek penelitian berbeda 				
4.	Suci Atiningsih dan Rudi Suryo Kristanto (2020) ⁵⁷	Pengaruh <i>Self-Efficacy</i> Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga, Dan Pengalaman Kerja Terhadap Minat Berwirausaha	Hasil analisis menunjukkan bahwa variable <i>self-efficacy</i> dan lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.	Analisis regresi linear berganda.

⁵⁶ Liu et al., “Research on the Effects of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Self-Efficacy on College Students ’ Entrepreneurial Intention The Effect of Entrepreneurial Education.”

⁵⁷ Atiningsih and Kristanto, “Peran *Self-Efficacy* Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga, Dan Pengalaman Kerja Terhadap Minat Berwirausaha.”

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian
<p>Persamaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan variabel <i>self-efficacy</i> dan lingkungan keluarga - Jenis penelitian kuantitatif <p>Perbedaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak menggunakan variabel <i>adversity quotient</i> - <i>Self-efficacy</i> digunakan sebagai variabel intervening (Z) - Objek penelitian berbeda 				
5.	Ni Komang Sri Artaningsih dan Luh Putu Mahyuni (2021) ⁵⁸	Pengaruh kepribadian <i>hardiness</i> , lingkungan keluarga , dan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha generasi milenial	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha generasi milenial.	Analisis PLS-SEM
<p>Persamaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan variabel lingkungan keluarga - Jenis penelitian kuantitatif <p>Perbedaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini menggunakan variabel <i>dependent</i> kepribadian <i>hardiness</i> dan Pendidikan kewirausahaan - Penelitian ini tidak menggunakan variabel <i>adversity quotient</i> dan <i>self-efficacy</i> 				

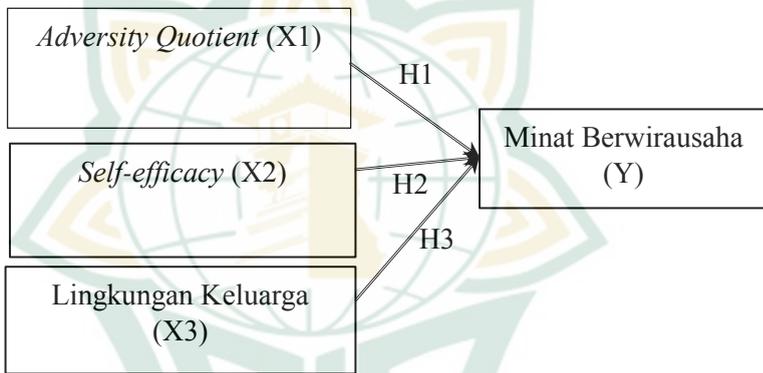
Sumber: Berbagai literatur, 2023

⁵⁸ Komang, Artaningsih, and Mahyuni, “Pengaruh Kepribadian Hardiness , Lingkungan Keluarga , Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Generasi Milenial.”

C. Kerangka Berpikir

Sebelum dilakukan pembahasan terhadap suatu permasalahan, dibutuhkan konsep serta hubungan yang jelas antar konsep yang berdasarkan tinjauan pustaka para peneliti merumuskannya, dengan melihat teori yang dibuat dan keterkaitan hasil-hasil penelitian yang terdahulu. Menurut Sugiono untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diangkat maka kerangka ini digunakan sebagai dasar. Melalui kerangka pemikiran teoritis model konseptual penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut.⁵⁹

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



Sumber: *Theory of Planned Behavior yang dikembangkan, 2023*

Penelitian ini menganalisis Pengaruh *Adversity Quotient* (X1), *Self-efficacy* (X2), dan Lingkungan Keluarga (X3) Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z di Kabupaten Kudus. Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah *adversity quotient*, *self-efficacy*, dan lingkungan keluarga sedangkan variabel terikat (*dependent*) adalah minat berwirausaha.

Adversity Quotient adalah suatu kemampuan seseorang dalam memahami menghadapi, dan menyelesaikan segala permasalahan dalam hidupnya untuk meraih kesuksesan dengan segala potensi yang dimilikinya, cara berpikir dan bersikap terhadap kesulitan.⁶⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Jean Elikal

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).,60

⁶⁰ Stoltz, *Adversity Quotient, Mengubah Hambatan Menjadi Peluang* (Diterjemahkan Oleh T Hermaya). 9

Marna dan Dianita Dwi Putri yang meneliti tentang “Pengaruh *Adversity Quotient* dan *Personal Attitude* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *adversity quotient* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan H1 pada kerangka diatas yang ada akan dilakukan penelitian apakah *adversity quotient* berpengaruh terhadap minat wirausaha gen Z.

Self-efficacy merupakan keyakinan akan kemampuan individu untuk dapat mengorganisasi dan melaksanakan serangkaian tindakan yang dianggap perlu untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan.⁶¹ Penelitian Liu *et al*, menunjukkan *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneur intention*.⁶² Kerangka di atas pada H2 akan menjadi landasan apakah *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada gen Z di Kabupaten Kudus.

Lingkungan keluarga merupakan lingkungan sosial terdekat dari seorang wirausaha, yang sangat besar perannya dalam membentuk karakter, termasuk karakter wirausaha dari seorang anak.⁶³ Hasil penelitian oleh Suci *el al*, menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kewirausahaan.⁶⁴ Begitupun kerangka pada H3 akan menjadi landasan apakah lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada gen Z di Kabupaten Kudus.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan anggapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana yang masih bersifat praduga sebab perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dikatakan dugaan sementara karena baru didasarkan pada teori yang relevan

⁶¹ Bandura, “Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change.”

⁶² Liu et al., “Research on the Effects of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Self-Efficacy on College Students’ Entrepreneurial Intention The Effect of Entrepreneurial Education.”

⁶³ Komang, Artaningih, and Mahyuni, “Pengaruh Kepribadian Hardiness, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Generasi Milenial.”

⁶⁴ Atiningsih and Kristanto, “Peran Self-Efficacy Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga, Dan Pengalaman Kerja Terhadap Minat Berwirausaha.”

dan jawaban tersebut belum didasarkan pada fakta–fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data yang diberikan.⁶⁵

Seperti yang sudah diketahui hipotesis adalah asumsi awal yang masih perlu diuji kebenarannya. Tentu hipotesis yang dibangun harus berdasarkan dukungan teori dan kerangka berpikir. Penulis menyatakan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh *Adversity Quotient* Terhadap Minat Berwirausaha

Adversity quotient adalah kemampuan seseorang untuk menghadapi tantangan yang ada dengan kecerdasannya dan mengubah kesulitan menjadi sebuah peluang yang baik. Alangkah baiknya jika *adversity quotient* dimanfaatkan dalam minat berwirausaha khususnya bagi generasi Z.

Penelitian yang dilakukan oleh Jean Elikal Marna dan Dianita Dwi Putri yang meneliti tentang “Pengaruh *Adversity Quotient* dan *Personal Attitude* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *adversity quotient* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hal tersebut maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Adversity quotient* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

H_1 : *Adversity quotient* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

2. Pengaruh *Self-Efficacy* Terhadap Minat Berwirausaha

Self-efficacy merupakan persepsi diri sendiri mengenai seberapa bagus diri dapat berfungsi dalam situasi tertentu. *Self-efficacy* berhubungan dengan keyakinan diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan.⁶⁶ Dengan *self-efficacy* yang bagus seseorang dapat memiliki keyakinan yang tinggi dan gigih dalam menghadapi tantangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Liu *et al*, yang meneliti tentang “*Research on the Effects of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Self-Efficacy on College*

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitas dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 64

⁶⁶ Atiningsih and Kristanto, “Peran *Self-Efficacy* Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga, Dan Pengalaman Kerja Terhadap Minat Berwirausaha.”

Students' Entrepreneurial Intention” Hasil penelitian menunjukkan *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneur intention*. Berdasarkan hal tersebut maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₀ : *Self-Efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

H₂ : *Self-Efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

3. Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha

Lingkungan keluarga merupakan lingkungan utama dan lingkungan yang paling dekat dari suatu individu, lingkungan keluarga juga sangat mempengaruhi perkembangan dan tingkah laku seseorang dalam bersikap dan mengambil keputusan. Lingkungan keluarga merupakan lingkungan sosial terdekat dari seorang wirausaha, yang sangat besar perannya dalam membentuk karakter, termasuk karakter wirausaha dari seorang anak.⁶⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Suci Atiningsih dan Rudi Suryo Kristanto tentang “Pengaruh *Self-Efficacy* Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga, Dan Pengalaman Kerja Terhadap Minat Berwirausaha”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kewirausahaan. Berdasarkan hal tersebut maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

H₃ : Lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

⁶⁷ Komang, Artaningih, and Mahyuni, “Pengaruh Kepribadian Hardiness , Lingkungan Keluarga , Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Generasi Milenial.”