

Matching Antara Kepribadian dan Bidang Usaha Agar Sukses Menjadi Seorang Entrepreneur

Anitha Paulina Tinambunan

Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas

Email anithapaulinat@gmail.com

Keywords:

Kepribadian,
Bidang Usaha

Abstrak

Seorang *entrepreneur* adalah seorang yang “*Moving Forward*”, maju terus ke depan. Usahanya tumbuh dari waktu ke waktu. Keberhasilan ditentukan banyak hal, terutama benar-benar mengenal karakter dan berada pada bidang yang disukai dan diakrabi. Menurut Miner, tipe kepribadian wirausaha dapat menentukan bidang usaha yang akan membawanya kepada keberhasilan. Setiap orang harus benar-benar mengenal “panggilan jiwa”nya dan mampu memenuhi keinginan pasar dari gelora jiwa yang bersemangat.

PENDAHULUAN

Untuk memulai usaha baru butuh 3 M yaitu : Motivasi yang kuat, *Mindset* yang tepat (produktif, kreatif, positif), dan *Make it* (lakukan saja). Murphy, konsultan UKM di Amerika Serikat, menyimpulkan “ kunci emas untuk sukses” adalah “*melakukan bisnis yang tepat pada saat yang tepat*”. Banyak *entrepreneur* pemula mempunyai hambatan mental berupa persepsi yang negatif tentang kemampuan diri serta adanya ketidaksesuaian antara bidang usaha dengan kepribadian. Seorang *entrepreneur* tidak cukup mengandalkan gagasan kreatif dalam pembuatan produk saja. Dia memerlukan strategi yang jitu dan eksekusi yang tepat. Berdasarkan penelitian Miner yang dilakukan selama dua puluh tahun disimpulkan seorang wirausaha akan berhasil jika mengikuti *achieving route* tertentu sesuai dengan tipe kepribadiannya.

DASAR TEORI

Kepribadian

Wirausaha bukanlah sekedar pedagang, namun lebih luas maknanya karena berkaitan dengan mental dan moralitas dalam menjalankan usaha mandiri. Menurut McGraith & Mac Millan (2000), ada tujuh karakter dasar (entrepreneurial mindset) yang perlu dimiliki setiap calon wirausaha yaitu: (Kasali, 2010, 18)

- 1) Action oriented. Mereka adalah orang yang ingin segera bertindak, sekalipun situasinya tidak pasti (uncertain). Prinsip yang mereka anut adalah see and do. Bagi mereka, resiko bukanlah untuk dihindari, melainkan untuk dihadapi dan ditaklukkan dengan tindakan dan keliahan.
- 2) Berpikir simpel. Selalu melihat persoalan dengan jernih, dan menyelesaikan masalah satu demi satu secara bertahap.
- 3) Mencari peluang-peluang baru, apakah itu peluang usaha yang benar-benar baru, atau peluang dari usaha yang sama. Untuk usaha yang baru, mereka selalu mau belajar

yang baru, membentuk jaringan dari bawah dan menambah landscape atau scope usahanya. Sedangkan dalam usaha yang sama, mereka selalu tekun mencari alternatif baru seperti model, desain, platform., bahan baku, energy, kemasan dan struktur biaya produksi.

- 4) Mengejar peluang dengan disiplin tinggi. Peluang bukan hanya dicari, melainkan diciptakan.. Mereka bertarung dengan waktu karena peluang selalu berhubungan dengan waktu. Sekali kesempatan itu hilang, belum tentu akan kembali lagi.
- 5) Hanya mengambil peluang yang terbaik. Pilihan yang terbaik akan menentukan hasil yang bisa dicapai.
- 6) Fokus pada eksekusi. Manusia dengan entrepreneurial mindset mengeksekusi., yaitu melakukan tindakan dan merealisasikan apa yang dipikirkan daripada menganalisis ide-ide baru sampai mati. Mereka juga adaptif terhadap situasi, yaitu mudah menyesuaikan diri dengan fakta-fakta baru atau kesulitan di lapangan.
- 7) Memfokuskan energi setiap orang pada bisnis yang digeluti. Dia harus memiliki kemampuan mengumpulkan orang, membangun jaringan, memimpin, menyatukan gerak, memotivasi dan berkomunikasi.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa seorang entrepreneur memiliki pola pikir: a) berkarakter produktif, bukan konsumtif; b) berusaha mencari cara baru untuk meningkatkan utilitas sumber daya secara efisien; c) selalu mencari alternatif bila sumber daya yang ada terbatas dan d) cenderung menjadi Job Creator daripada sekedar Job Seeker.

Kesuksesan dalam berusaha sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara kepribadian dengan bidang usaha yang dipilih. Miner mengajukan sebuah pandangan baru tentang kepribadian wirausaha yang dikaitkan dengan keberhasilan dalam mengelola usaha. Menurut Miner, ada empat tipe kepribadian wirausaha yaitu: (Riyanti, 2003, 54 – 57)

- a. Personal Achiever dengan ciri-ciri: 1. memiliki kebutuhan berprestasi; 2. memiliki kebutuhan akan umpan balik; 3. memiliki kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan; 4. memiliki inisiatif pribadi yang kuat; 5. memiliki komitmen pribadi yang kuat untuk organisasi; 6. percaya bahwa satu orang dapat memainkan peran penting dan g. percaya bahwa pekerjaan seharusnya dituntun oleh tujuan pribadi bukan oleh hal lain
- b. Supersales Person, ciri-cirinya: 1. memiliki kemampuan memahami dan mengerti orang lain; 2 memiliki keinginan untuk membantu orang lain; 3. percaya bahwa proses-proses sosial sangat penting; 4. kebutuhan memiliki hubungan positif yang kuat dengan orang lain dan 5. percaya bahwa bagian penjualan sangat penting untuk melaksanakan strategi perusahaan
- c. Real Managers, ciri-cirinya: 1. keinginan untuk menjadi pemimpin perusahaan; 2. ketegangan; 3 sikap positif terhadap pemimpin; 4. keinginan untuk bersaing; 5. keinginan berkuasa dan 6. keinginan untuk menonjol di antara orang lain
- d. The Expert Idea Generation, ciri-cirinya: 1. keinginan untuk melakukan inovasi. 2. menyukai gagasan-gagasan; 3. percaya bahwa pengembangan produk baru sangat penting untuk menjalankan strategi organisasi; 4. nteligensi yang tinggi dan e. ingin menghindari resiko.

Menurut Miner, tipe kepribadian wirausaha dapat menentukan bidang usaha yang akan membawanya kepada keberhasilan. Berdasarkan penelitiannya selama dua puluh tahun, ia menemukan bahwa seorang wirausaha akan berhasil bila ia mengikuti *achieving route* tertentu sesuai tipe kepribadiannya:

- Personal Achiever akan sukses bila terus menerus mengatasi rintangan dan menghadapi krisis, dan dalam menghadapi segalanya berusaha sedapat mungkin bersikap positif.

- Supersalesperson akan berhasil kalau memanfaatkan banyak waktunya untuk menjual dan minta orang lain mengelola bisnisnya.
- Real Managers akan berhasil kalau ia memulai usaha baru dan mengelola sendiri usaha tersebut.
- Expert Idea Generation akan berhasil kalau terjun ke bisnis teknologi tinggi.

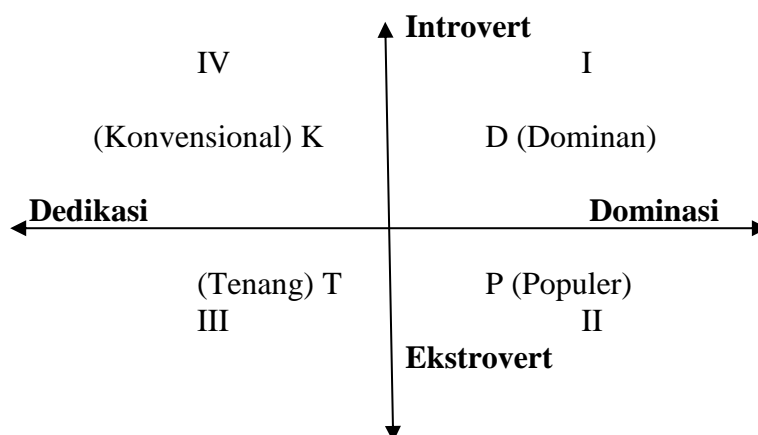
Mencari Gagasan Usaha

“Mencapai sukses tidaklah mudah”. Lihatlah, hanya sedikit ide baru yang meraih sukses. Bahkan, ketika suatu produk baru (inovasi) diperkenalkan perusahaan mapan pun, masih sering mengalami kegagalan. Memilih produk yang *profitable* merupakan langkah penting dalam usaha baru. Keberhasilan ditentukan banyak hal, tetapi yang paling penting adalah apakah benar-benar mengenal karakter diri dan berada pada bidang yang disukai. Supaya berhasil dalam usaha, setiap orang harus benar-benar mengenal “panggilan jiwa”nya dan mampu memenuhi keinginan pasar dari gelora jiwa yang bersemangat. Seperti wirausaha muda lainnya yang sukses, seseorang dapat berhasil dengan memperhatikan ketiga faktor ini:

- *Cocok dengan diri kita* : Peluang itu bersifat personal, akrab dan memerlukan kemampuan (skill), kepribadian, dan sesuai dengan hobi atau minat.
- *Akses* : Hal ini berkaitan dengan jaringan, lingkungan pendukung.
- *Potensial*: Komersialisasinya harus mampu memberikan tingkat pertumbuhan dan pengembalian investasi yang layak.

Untuk mendapatkan ide usaha yang potensial dan cocok dengan dirinya, seorang *Entrepreneur* harus memulainya dengan analisis berikut ini :

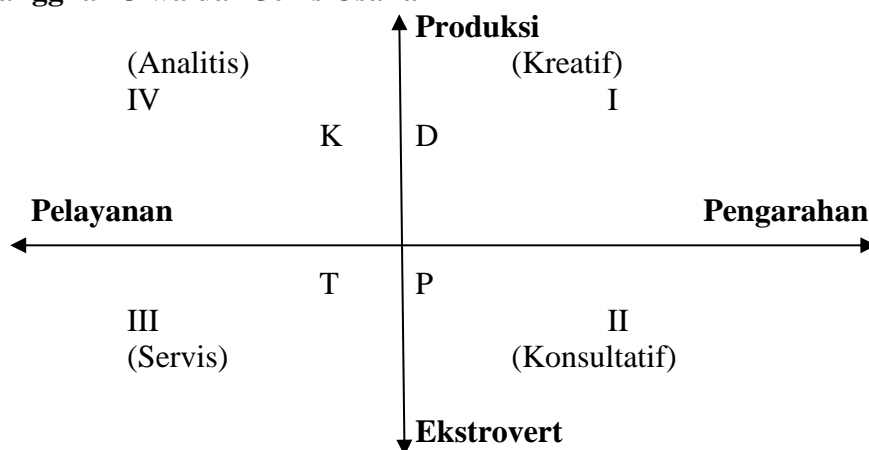
1. Apa yang paling Anda senangi?
2. Apakah kegemaran atau hobby Anda?
3. Produk dan proses apa yang paling Anda ketahui?
4. Adakah sesuatu yang ingin Anda lakukan ketika sedang menganggur?
5. Apakah tujuan terpenting Anda dalam bisnis sendiri? Apakah mendapatkan keuntungan, kebebasan atau yang lainnya?
6. Ide mana yang muncul sebagai respons terhadap 4 pertanyaan pertama di atas yang memenuhi tujuan pada pertanyaan no 5?



4 (empat) buah kuadran tersebut menunjukkan tipe-tipe manusia dalam hubungannya dengan bagaimana yang bersangkutan mengadakan kontak dengan orang lain. (Kasali. dkk, 2010, 124-126)

1. Kuadran pertama, menggambarkan tipe manusia yang dinamakan “Dominan” (D), dibentuk dari perpaduan sifat *Introvert* dengan pembawaan yang kuat untuk mendominasi orang lain. Orang tipe “D” memiliki motivasi yang kuat untuk mengejar prestasi. Perilakunya selalu berorientasi ke hasil akhir dari suatu pekerjaan atau tanggung jawab. Dia sangat menyenangkan tantangan. Bagi orang tipe “D”, pekerjaan yang bermutu adalah pekerjaan dengan tingkat kesulitan yang tinggi. Dengan demikian, mereka merasa tertantang dan mendapat kepuasan setelah berhasil.
2. Kuadran kedua, mewakili orang-orang dengan sifat *Extrovert*, senang bergaul dengan orang banyak, terkombinasi dalam tipe “Populer” (P) karena sifatnya cenderung mencari pengaruh (*influence*), popularitas, dan persahabatan. Orang tipe “P” termotivasi untuk memperoleh “Pengakuan” (*Recognition*) dari orang banyak sehingga mereka merasa sebagai orang penting di lingkungannya. Tipe “P” menginginkan prestise, banyak bicara dan sangat mendambakan hubungan-hubungan yang hangat serta bersahabat dengan berbagai pihak. Seperti juga orang tipe “D”, orang-orang yang “Populis” menghendaki kebebasan, jauh dari aturan-aturan ketat serta kendali-kendali yang terlalu rinci. Kreativitas menghendaki kebebasan, begitu menurut mereka.
3. Kemudian, ada lagi tipe “Tenang” (T), dibentuk dari perpaduan antara bawaan yang *Extrovert*, dengan sifat yang condong mengalah pada orang lain. Disebut tipe “Tenang” karena yang bersangkutan biasanya berperilaku tenang (*Steadiness*) serta ramah tamah (*Amiable*). Tipe “T” terdapat pada *kuadran ketiga*. Kelompok “Tenang” ini kurang menyukai tanggung jawab dan tantangan yang bervariasi. Condong untuk berspesialisasi guna membatasi ruang lingkup tanggung jawab pada area tertentu. Sebagai *Extrovert*, orang “T” juga senang bergabung dalam kelompok-kelompok orang banyak, berpartisipasi sebagai anggota.
4. Terakhir adalah tipe “Konvensional” (K), terdapat pada kuadran keempat. Tipe ini dibentuk dari pembawaan yang *Introvert*, terkombinasi dengan sifat mengalah atau melayani. Orang tipe “K” biasanya bekerja dengan acuan ketelitian, hasil yang benar dan sempurna menurut kaidah-kaidah yang sudah baku. Mereka termasuk “*Introvert*”, kurang peduli dengan lingkungan sosialnya sehingga mereka condong membatasi diri dalam berhubungan dengan manusia lain.

Matching Panggilan Jiwa dan Jenis Usaha



Orang-orang yang termasuk “*Extrovert*” lebih sesuai berusaha dalam bidang-bidang yang memungkinkan mereka bertemu dengan orang banyak. Di dunia industri, mereka bisa banyak

berperan dalam jalur-jalur Distribusi atau Promosi. Sebaliknya, bagi kelompok “Introvert” akan lebih cocok bila bergerak dalam kegiatan Produksi atau Akuntansi.

1. Pada kuadran I akan kita dapati orang-orang yang kecenderungan bisnisnya dipengaruhi oleh sifat mendominasi, serta pembawaan yang *Introvert*.
2. Pada kuadran II ditempati oleh mereka yang perilakunya dipengaruhi oleh sifat mendominasi, serta pembawaan yang *Extrovert*. Pada daerah ini, kita jumpai kelompok wiraswastawan yang lebih cenderung memberikan Konsultasi dan Pengarahan.
3. Kuadran III merupakan tempat orang-orang yang perilakunya dipengaruhi oleh sifat condong melayani, terkombinasi dengan pembawaan “*Extrovert*” Kuadran III kita namakan “Daerah Servis (Pelayanan)”.
4. Terakhir, Kuadran IV adalah tempat orang-orang yang sifatnya condong memberikan layanan, tapi pembawaannya tertutup, alias “*Introvert*”. Kesukaannya lebih pada hal-hal yang rinci, mengupas masalah-masalah yang ruwet. Oleh sebab itu, Kuadran IV bisa disebut sebagai “Daerah Analitis”.

Orang Dominan, Kelompok Kreatif

Terdiri dari orang-orang yang karena kreativitasnya, sangat mendambakan kebebasan. Dalam bekerja, mereka berorientasi pada pencapaian hasil akhir yang baik. Sifat Dominan dalam berwirausaha seyogianya mereka lebih memilih bidang-bidang usaha yang tidak perlu banyak berhubungan dengan orang lain guna “lobi-melobi”. Tugas itulah yang cocok dengan kepribadiannya. Mereka juga termasuk *Introvert*. Oleh sebab itu, lebih baik mereka bergerak dalam bidang Produksi, menghasilkan produk-produk tertentu.

Orang Populis, Kelompok Konsultatif

Orang-orang dari kelompok ini bersifat Dominatif. Dan karena berpembawaan *Extrovert*, mereka menyukai pergaulan, senang bertemu dengan publik, dan pandai berbicara. Meski demikian, mereka selalu cenderung mempengaruhi orang lain.

Orang Tenang, Kelompok Servis/Pelayanan

Kelompok ini lebih cocok dalam bidang-bidang usaha yang memberikan layanan kepada pihak lain. Kelebihan orang Servis adalah kemampuannya mengikuti keinginan-keinginan orang yang dilayaninya dengan tulus. Jadi, perilaku orang tipe ini berlawanan dengan kelompok Konsultatif yang justru berusaha mengendalikan orang lain.


METODE PELAKSANAAN


Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan cara memberikan penyuluhan kepada mahasiswa semester I-D Fakultas Hukum Unika Santo Thomas Medan. Kegiatan dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 18 Nopember 2022 pukul 10.00 -12.00. Penyuluhan dilakukan di ruang kelas dengan jumlah peserta sebanyak 58 orang. Berikut disajikan materi dan peserta penyuluhan tersebut.



Gambar 1. Pelaksanaan Penyuluhan

Daftar Peserta Penyuluhan

 UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS FAKULTAS HUKUM Jalan Setia Budi No. 479-F Tanjung Sari - Medan 20132 ☎ (061) 8210161 (4 Lines), ☎ (061) 8213269, ☎ 081264935370 ✉ info@ust.ac.id, website : www.ust.ac.id			
DAFTAR HADIR PESERTA PENGABDIAN PADA MASYARAKAT (PPM) TAHUN 2022 Hari/Tanggal : Jumat, 18 November 2022			
No	Nama	NPM	Tanda Tangan
1.	JELIE K. NAINGOLAN	220600154	
2.	ABUJINUS TINAMUN	220600157	
3.	CHARIN TORUMINA PEMONANGAN	220600177	
4.	MAYITA WILANDARA SIMANJUNTAK	220600148	
5.	EVITA MARYANA SITINJAK	220600139	
6.	TORUNA ABIDJA BE GUNUSINGA	220600172	
7.	KEI AL. ANASTASIA TORJAK	220600190	
8.	ANGGELINIDESWITA MANIHURUK	220600145	
9.	JUAN JADI BELKIT	220600145	
10.	NABU TAY JUAN HANTRA	220600178	
11.	CINDI ELLEN SIRESGAR	220600187	
12.	BUMDORA BERNARDI SINGA	220600187	
13.	NATALIA ANDRIANA GUNUNG	220600140	
14.	LISA ANASTASIA SIMANJUNTAK	220600143	
15.	NABU F. JIBURIAN	220600189	
16.	MARCEL JERAN HUTASALUNG	220600186	
17.	KEUTIRA SIBIRI HUBUNJULU	220600183	
18.	HARLAND CAROL HUKUBARAT	220600190	
19.	FADRIANO CAROLINA MUDA	220600169	
20.	FENIA DIA AICHINA BE PEMONANGAN	220600151	
21.	PURI JOHANA NALABAH	220600195	
22.	DANIEL SIKUMORANG	220600182	
23.	FRANCO BERNI NINA	220600195	
24.	JONATAN GINTING	220600198	
25.	KATIA TELERONG MANDU	220600153	
26.	HORLES SABAN HUTAUKUK	220600186	
27.	DEBBY SEPRIANUS MURWUN	220600162	
28.	DETTANA SIKUMORANG	220600159	
29.	DEBRA ANIMATOR	220600156	
30.	KIZLEY EGI SABITA MUDA	220600119	

 UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS FAKULTAS HUKUM Jalan Setia Budi No. 479-F Tanjung Sari - Medan 20132 ☎ (061) 8210161 (4 Lines), ☎ (061) 8213269, ☎ 081264935370 ✉ info@ust.ac.id, website : www.ust.ac.id			
31.	KEVIN TANJAK	220600184	
32.	GINNI SIBIRI	220600186	
33.	JELMAN SIMANJUNTAK	220600193	
34.	LELMAN GINTING	220600197	
35.	LEO YUSTICE MARIS SIMAGA	220600168	
36.	DEBRA PUTRI	220600193	
37.	ANANDA	220600154	
38.	DAGAS YUSKATIRA ACHIN SIMAGA	220600195	
39.	GUBANUS SIMANJUNTAK	220600167	
40.	INRIANO SIMAGA	220600192	
41.	ANANDA SIMANJUNTAK	220600191	
42.	ANGUS ANDRANA HUKUBARAT	220600160	
43.	IGONATUS DANIELA TAMBUNAN	220600187	
44.	TRISMANIMAN SIBIRI ANITA ANITA	220600160	
45.	BRISAN SIMANJUNTAK	220600192	
46.	KEVIN PALANJAN	220600174	
47.	INRIANO DANIELA SIMANJUNTAK	220600182	
48.	KANITA BELIA	220600176	
49.	YULIANI PATRICIA SIMANJUNTAK	220600191	
50.	ROMA SIBIRI MURWUN	220600160	
51.	JEMANUS ANANDA SIMANJUNTAK	220600170	
52.	MICHAEL MARIS TUA M	220600161	
53.	CLARENCE POKORAN	220600167	
54.	ANITA MANGSA TUA PANDARANAN	220600190	
55.	ANGUS SIBIRI CHESAN SIBIRI	220600188	
56.	JUAN JANI SIBIRI ANITA	220600146	
57.	WILANDARA DIALEK SIMANJUNTAK	220600182	
58.	WILANDARA SIMANJUNTAK	220600192	
59.			
60.			
61.			
62.			
63.			
64.			
65.			
66.			

Gambar 2. Peserta Penyuluhan

KESIMPULAN

Dari hasil pengabdian dapat disimpulkan bahwa sangat sulit mengukur keberhasilan kegiatan penyuluhan ini. Topik yang diberikan belum tentu diterapkan karena kemungkinan besar setelah lulus kuliah, mereka pasti mencari pekerjaan yang berkaitan dengan bidang hukum. Akan tetapi tanggapan 58 orang mahasiswa yang hadir pada saat penyuluhan cukup positif. Ini dapat dilihat dari banyaknya peserta yang serius mengikuti personal test yang diberikan karena mereka ingin mengetahui tingkat kreativitas dan brain color.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alma, Buchari. 2007. Kewirausahaan. Bandung. Alfabeta
- [2] Kasali, Rhenald, dkk. 2010. Modul Kewirausahaan, Untuk Program Strata 1. Jakarta, Hikmah (PT Mizan Publika)
- [3] Riyanti, Benedicta Prihatin. Dwi. 2003. Kewirausahaan, Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian. Jakarta, Grasindo.
- [4] Suryana. 2003. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta Salemba Empat.