

Konseptualisasi Karakter Wirausaha: Studi Literatur

Aftina Nurul Husna

Fakultas Psikologi dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Magelang

Email: anhusna@ummgl.ac.id

Abstrak

Keywords:

Psikologi

kewirausahaan;

pendekatan sifat;

karakter wirausaha;

konstruksi alat ukur

Pandangan tradisional memahami kewirausahaan sebagai aktivitas bisnis dan ekonomi semata. Dalam konsep terbaru, kewirausahaan bersifat multidimensional dan dapat didekati dari berbagai perspektif bidang ilmu. Psikologi pada khususnya berusaha memahami proses mental dan perilaku wirausaha, menekankan adanya dimensi sosial-psikologis dari aktivitas wirausaha. Psikologi mendekati kewirausahaan salah satunya dengan pendekatan sifat untuk mengungkap karakter kepribadian individu wirausahawan yang berperan dalam keberhasilan ataupun kegagalan bisnis. Penelitian ini bertujuan membangun konsep karakter wirausaha berdasarkan kajian terhadap literatur-literatur psikologi kewirausahaan terkini. Penelitian ini merupakan tahap pertama dari studi pengembangan Skala Karakter Wirausaha di UM Magelang. Berdasarkan studi literatur psikologi, ditemukan empat ciri kepribadian yang menonjol pada diri seorang wirausahawan, yaitu: motivasi berprestasi, keinovatifan, kecenderungan mengambil risiko, kemandirian, dan efikasi diri. Penelitian ini membangun konsep kelima karakter tersebut berdasarkan teori dan riset-riset sebelumnya dan alat ukur yang sudah ada. Konseptualisasi karakter wirausaha ini merupakan dasar merancang Skala Karakter Wirausaha yang dapat digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian-penelitian psikologi kewirausahaan dan pengembangan pendidikan wirausaha di Indonesia.

1. PENDAHULUAN

Psikologi kewirausahaan adalah cabang psikologi yang dikembangkan sebagai respon terhadap fenomena kewirausaha global yang membutuhkan kajian multidisiplin. Sejak abad 20, ilmuwan telah tertarik pada fenomena yang tidak lagi dapat dipahami secara sederhana sebagai aktivitas bisnis semata. Kewirausahaan tampaknya adalah aktivitas kreasi bisnis, menghasilkan produk atau layanan dan menjualnya kepada masyarakat, tetapi pada dasarnya ia melibatkan upaya mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengeksploitasi kesempatan untuk mencipta produk dan layanan masa depan (Shane & Venkataraman 2000).

Kewirausahaan membutuhkan kajian multidisiplin karena sifatnya yang multidimensional dalam proses maupun dampak-dampaknya. Di level makro, kewirausahaan adalah mekanisme yang dengannya masyarakat mengubah informasi teknis menjadi produk dan layanan. Melalui kewirausahaan, inefisiensi temporal dan spasial dalam ekonomi dapat terungkap dan dimitigasi. Kewirausahaan pun berperan penting mendorong inovasi produk dan proses sehingga mendorong pula proses perubahan sosial (Shane & Venkataraman 2000).

Di level mikro, kewirausahaan berkaitan erat dengan aksi-aksi yang dilakukan oleh individu-individu wirausahawan atau *entrepreneur* baik secara mandiri ataupun dalam tim yang melibatkan inovasi, kemampuan menangkap kesempatan, dan adaptasi terhadap risiko (Palich & Bagby 1995). Kewirausahaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh manusia

sehingga pada dasarnya, ia selalu memiliki dimensi sosial psikologis. Kewirausahaan memiliki sisi personal dan ini didekati dengan perspektif psikologis (Frese & Gielnik 2014).

Dalam ilmu kewirausahaan, psikologi menyumbangkan pendekatan kepribadian dalam penyelidikan kualitas-kualitas personal yang berperan dalam proses wirausaha. Seorang wirausahawan diyakini memiliki sifat atau kualitas kepribadian tertentu yang khas dan membedakannya dari orang lain, misalnya dalam hal nilai-nilai personal yang dianut, kecenderungan mengambil risiko, dan motivasi berprestasi (Cunningham & Lischeron 1991).

Dalam perkembangan selanjutnya, pendekatan kepribadian ini dianggap tidak cukup untuk menjelaskan perilaku wirausaha yang sangat kompleks dan beragam. Pendekatan kognitif dan keperilakuan muncul untuk memenuhi kesenjangan konseptual, dan melahirkan bidang-bidang kajian baru, seperti kognisi kewirausahaan (Hisrich et al. 2007; Krueger 2005; Mitchell et al. 2002). Meski demikian, pendekatan kepribadian tetap memiliki kedudukan yang penting, karena faktor kepribadian terbukti menentukan di fase awal mendirikan usaha (*start-up*) (Cunningham & Lischeron 1991; Frese & Gielnik 2014).

Riset-riset tentang sifat dan karakter wirausaha (*entrepreneurial character*) sangat populer di luar negeri, tetapi tidak demikian di Indonesia. Bidang psikologi kewirausahaan masih asing jika dibandingkan dengan bidang-bidang lainnya yang lebih populer. Riset-riset kewirausahaan Indonesia cenderung berfokus pada isu intensi berwirausaha dan pendidikan wirausaha, yang sinkron dengan agenda peningkatan jumlah wirausaha baru (Saputra 2011; Suharti & Sirine 2011; Yuwono & Partini 2008). Adapun riset-riset kepribadian wirausaha pun masih minim dan tertinggal jika dibandingkan dengan perkembangan riset kewirausahaan global.

Penulis berpandangan bahwa salah satu faktor yang menghambat riset kewirausahaan di Indonesia adalah tidak adanya alat ukur yang dapat digunakan untuk *assessment* kualitas kepribadian wirausaha. Sementara itu, konstruksi maupun adaptasi alat ukur psikologis di Indonesia pun terkendala konseptualisasi konstruk yang hendak diukur. Dilatarbelakangi hal tersebut, maka studi literatur ini dilakukan untuk membangun konsep karakter wirausaha. Konseptualisasi karakter wirausaha ini merupakan dasar pengembangan Skala Karakter Wirausaha yang dapat digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian-penelitian psikologi kewirausahaan dan pengembangan pendidikan wirausaha.

Studi literatur ini dilakukan pertama, dengan mengumpulkan artikel-artikel riset maupun teoretis dalam psikologi kewirausahaan. Penulis kemudian mereview artikel-artikel tersebut dengan berfokus pada definisi, aspek-aspek, dan dinamika anteseden dan konsekuensinya. Proses tersebut dan secara garis besar akan membicarakan sekilas pendekatan kepribadian dalam psikologi kepribadian, dimensi-dimensi karakter kepribadian wirausaha, dan penjabarannya. Di akhir, penulis merancang cetak biru Skala Karakter Wirausaha.

Pendekatan Sifat dalam Psikologi Kewirausahaan

Penelitian-penelitian psikologi kewirausahaan dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan, salah satunya adalah pendekatan sifat atau trait. Pendekatan ini bertujuan mengungkap profil wirausahawan untuk mengidentifikasi karakter ana saja yang mendukung keberhasilan dan mana yang menghambat atau merugikan wirausaha. Pendekatan ini selain mendeskripsikan perbedaan antara usahawan-non usahawan atau usahawan sukses-gagal, menemukan pula korelasi, prediktor, dan faktor pengaruh terkait hubungan antara perbedaan karakter individual dan performa usahawan, kreasi, keberanian, dan kesuksesan bisnis (Rauch & Frese 2007).

Pendekatan sifat menunjukkan adanya perbedaan individual dalam bisnis (Rauch & Frese 2007). Karakteristik wirausahawan meliputi macam-macam kemampuan individual (inteligensi umum, kecerdasan numerik, verbal, spasial, dan emosional), macam-macam motif (kebutuhan berprestasi, berkuasa, dan berafiliasi), macam-macam sikap (nilai-nilai apa yang dianut individu), dan macam-macam temperamen (sifat-sifat dalam Five Factors

Model/ FFM)(Brandstätter 2011). Oleh karena itu, karakter wirausaha pada dasarnya adalah konsep yang kompleks.

Satu upaya menyederhanakan kompleksitas karakter wirausaha adalah dengan memeriksa sifat dan kekuatannya sebagai prediktor perilaku wirausaha. Karakter wirausaha dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu karakter atau sifat-sifat yang bersifat *distal* dan *proximal*(Rauch & Frese 2007). Sifat-sifat *distal* mengacu pada sifat-sifat yang didasarkan pada teori kepribadian umum, seperti 16PF dan Big Five Model/ *neuroticism, extroversion, openness, agreeableness, dan conscientiousness*(Rauch & Frese 2000; 2007). Sifat-sifat ini merupakan prediktor kesuksesan wirausaha yang kuat, tetapi pengaruhnya pada hasil usaha tidak terjadi secara langsung. Sifat-sifat umum dimediasi oleh sifat-sifat *proximal*, yakni sifat-sifat khusus yang lebih dekat pada perilaku, dan merupakan prediktor tindakan wirausaha yang kuat, contohnya kebutuhan berprestasi, pengambilan risiko, keinovatifan, lokus kontrol, dan efikasi diri(Rauch & Frese 2007).

Kedua jenis sifat tersebut bekerja dengan dinamika yang berbeda. Sifat-sifat kepribadian umum cenderung mempengaruhi dinamika kepribadian dalam hal penentuan tujuan dan pembangunan strategi, yang mana selanjutnya mempengaruhi kreasi bisnis dan kesuksesan. Sifat-sifat umum tidak secara langsung mempengaruhi perilaku wirausaha. Sementara itu, sifat-sifat spesifik mempengaruhi tujuan dan strategi tindakan, dan menghasilkan kesuksesan bisnis. Sifat-sifat spesifik memiliki ciri tergantung pada variabel-variabel eksternal, seperti seperti informasi, tugas, kondisi sosial, dan lingkungan fisik.(Rauch & Frese 2007).

Berdasarkan hal tersebut, maka konseptualisasi karakter wirausaha difokuskan pada sifat-sifat *proximal* yang memiliki korelasi langsung dengan tindakan wirausaha. Para ahli berbeda-beda pendapat tentang apa sajakah sifat-sifat *proximal* itu. Dalam perspektif teori tindakan, sifat wirausaha terdiri atas: kebutuhan berprestasi, efikasi diri, keinovatifan, toleransi terhadap stres, pengampilan risiko, semangat berkerja, dan kepribadian proaktif(Frese 2009). Pendapat yang lain mengemukakan kontribusi signifikan kebutuhan berprestasi, keinovatifan, efikasi diri, toleransi stres, kebutuhan otonomi, lokus kontrol, dan pengambilan risiko(Brandstätter 2011). Sementara itu, temuan meta-analisis terkini menemukan kontribusi motivasi berprestasi, kepribadian proaktif, kecondongan pada risiko, keinovatifan, toleransi terhadap stres, otonomi/ kemandirian, dan lokus kontrol(Frese & Gielnik 2014).

Dari berbagai sifat tersebut, penulis memilih beberapa sifat proximal sebagai dimensi karakter wirausaha, yaitu: motivasi berprestasi, keinovatifan, pengambilan risiko, otonomi, dan efikasi diri.

2. METODE

Penelitian ini merupakan studi literatur, sehingga tidak menerapkan teknik analisa statistik apapun. Peneliti melakukan pencarian literatur di bidang manajemen, ekonomi, ilmu kewirausahaan, dan psikologi yang membahas tentang profil kepribadian wirausahawan. Peneliti tidak membatasi literatur dalam rentang waktu tertentu, melihat kecenderungan sebagian penelitian terkini pun masih menggunakan konsep-konsep lama, seperti dalam hal motivasi berprestasi yang mengacu pada pemikiran McClelland dari tahun 1960-an.

Berdasarkan literatur yang ditemukan, penulis melakukan pembacaan untuk mendapatkan karakter kepribadian apa yang khas dan dominan bagi seorang wirausahawan. Peneliti pun melakukan review dan merangkum gagasan-gagasan yang ada untuk mengembangkan konsep karakter wirausaha. Rangkuman atas sejumlah karakter wirausahawan peneliti sajikan dalam bentuk deskripsi yang memuat definisi, aspek-aspek, dan gambaran anteseden dan konsekuensi karakter-karakter tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Motivasi Berprestasi (*Achievement Motivation*)

Aktivitas wirausaha memiliki peran penting sebagai cara memenuhi kebutuhan hidup masyarakat dan individu. Di balik suatu aktivitas wirausaha terdapat motif yang beragam, seperti kebutuhan untuk independen (otonomi), kebutuhan akan pertumbuhan personal, dan persepsi bahwa usaha adalah sarana untuk mendapatkan kekayaan. Di antara bermacam-macam kebutuhan, kebutuhan berprestasi merupakan motif paling prinsipil dalam aktivitas kewirausahaan (Chen et al. 2012; Wu et al. 2007). Kebutuhan berprestasi berkenaan dengan kesediaan dan kekuatan seseorang untuk melaksanakan tugas dan bekerja keras. Ia mengindikasikan kecenderungan pada peningkatan performa dan prestasi di bawah kondisi yang menantang dan kompetitif (Utsch & Rauch 2000).

Motivasi berprestasi dapat diterangkan dengan teori kebutuhan berprestasi Menurut McClelland, kebutuhan berprestasi yang tinggi dicirikan dengan adanya hasrat untuk melakukan yang terbaik dalam rangka mencapai kepuasan dan rasa berhasil (Stewart & Roth 2015). Kebutuhan berprestasi melahirkan motivasi untuk berprestasi. Motivasi berprestasi menggarisbawahi komitmen dan kegigihan yang dibutuhkan bagi kerja wirausaha. Seberapa besar kebutuhan berprestasi seseorang menentukan seberapa besar kegigihan dan kerja kerasnya dalam mencapai tujuan, terutama dalam konteks kewirausahaan yang berisiko dan penuh ketidakpastian (Stewart & Roth 2015; Wu et al. 2007).

Menurut McClelland, seseorang dengan kebutuhan berprestasi yang tinggi lebih mungkin terlibat dalam aktivitas atau tugas yang meminta tanggung jawab pribadi yang tinggi dalam pencapaian hasilnya, menuntut keahlian dan kerja keras, dengan level risiko moderat, dan memberikan umpan balik yang jelas atas performa. Peran-peran yang melibatkan kewirausahaan dicirikan memiliki atribut-atribut yang mendukung pemenuhan kebutuhan berprestasi sehingga karena itu, orang-orang dengan motivasi berprestasi yang tinggi lebih cenderung mengejar karier di bidang ini (Shane et al. 2003; Stewart & Roth 2015). Menurut Miner, wirausahawan memperoleh harga dirinya dari berprestasi berdasarkan kemampuan dan kerja keras (Stewart & Roth 2015).

Dalam Achievement Motive Questionnaire (AMQ), motivasi berprestasi adalah konsep yang multidimensional, yang terdiri atas tiga aspek, yaitu: instrumental, afektif, dan kognitif. Orang dengan motivasi berprestasi yang tinggi diketahui dari adanya preferensi pada (kognitif), rasa puas dengan (afektif), dan kebiasaan melakukan (instrumental) tugas-tugas yang: 1) melibatkan hasil yang tidak pasti (ketimbang hasil yang sudah jelas), 2) sulit (ketimbang yang mudah), 3) melibatkan tanggung jawab personal (ketimbang yang dihadapi bersama-sama), 4) melibatkan perhitungan risiko (ketimbang yang tanpa risiko atau dengan risiko terlalu besar), 5) menuntut pemecahan masalah dan ide baru (ketimbang hanya mengikuti instruksi), dan 6) memuaskan kebutuhan untuk sukses (ketimbang yang memastikan keterhindaran dari kegagalan) (Sagie et al. 1999).

3.2. Keinovativan (*Innovativeness*)

Keinovativan adalah perilaku wirausaha yang utama dan berperan memediasi antara orientasi berprestasi dengan kesuksesan usaha. Keinovativan dipertimbangkan sebagai salah satu strategi dalam proses wirausaha. Ia adalah perilaku yang menjadi ciri utama kewirausahaan, merupakan hasil dari tindakan yang bertujuan dan kerja yang sistematis (Utsch & Rauch 2000). Potensi kewirausahaan seseorang juga dapat diketahui dari keinovativannya yang mana inovasi sering menjadi motif utama seseorang berbisnis (Mueller & Thomas 2000).

Inovasi adalah pengenalan dan penerapan gagasan, proses atau prosedur baru. Ia terdiri atas dua tahap, yaitu: produksi kreatif gagasan baru dan berguna dan implementasi gagasan-gagasan tersebut. Sementara itu, keinovativan menekankan pendekatan aktif

terhadap inovasi. Keinovatifan adalah perilaku inovatif aktual, seperti usaha sehari-hari untuk memperbaiki prosedur kerja (Utsch & Rauch 2000).

Keinovatifan tampak dari seberapa sering seseorang mencoba cara baru untuk melakukan pekerjaan atau tugas secara lebih baik dan lebih cepat dan memiliki kesempatan untuk mencoba gagasan-gagasan baru tersebut (Utsch & Rauch 2000). Keinovatifan adalah reaksi atau sikap terhadap inovasi. Keinovatifan mengacu pada keterbukaan dan kesediaan mengikuti atau beradaptasi dengan cara-cara baru. Keinovatifan adalah derajat kecenderungan seseorang untuk mengadopsi inovasi lebih dahulu ketimbang orang lain. Seorang yang inovatif dalam arti ini adalah yang menyambut kebaruan dan secara berangsur-angsur mau mengadopsinya (Goldsmith & Foxall 2003; Marcati et al. 2008).

3.3. Pengambilan Risiko (*Risk Taking*)

Pengambilan risiko adalah orientasi seseorang mengambil peluang dalam konteks pengambilan keputusan yang tak pasti (Chen et al. 2012). Aktivitas wirausaha diyakini menempatkan seseorang pada lebih banyak risiko, baik itu yang berkaitan dengan kondisi keuangan, kesempatan karier, relasi keluarga, kesehatan, maupun kesejahteraan psikologis. Tindakan-tindakannya dalam mengelola modal misalnya dapat saja menyebabkan kerugian besar (Brockhaus 1980).

Berbagai studi menunjukkan bahwa dibandingkan dengan manager, seorang wirausahawan cenderung memiliki level yang lebih tinggi dalam hal kesenangan mengambil risiko (*risk taking propensity*). Wirausahawan lebih banyak menghadapi risiko karena sejak awal menghadapi jenis pekerjaan yang kurang terstruktur dan melibatkan lebih banyak kemungkinan dan ketidakpastian. Wirausahawan pun dikenal sebagai orang-orang yang sejak awal lebih toleran terhadap risiko (Antonites & Wordsworth 2009), yang karena kualitas kepribadian itulah mereka memilih sendiri karier wirausaha. Meski demikian, terdapat perbedaan tingkat kecenderungan mengambil risiko antara wirausahawan yang berfokus pada keuntungan dan pertumbuhan dan wirausahawan yang berorientasi pada pendapatan keluarga (Stewart & Roth 2001).

Kesenangan pada risiko dipandang merupakan akibat dari tingginya motivasi berprestasi. Orang-orang dengan motivasi berprestasi yang tinggi cenderung menetapkan tujuan yang lebih menantang dengan tingkat kesulitan yang moderat, berusaha mencapai tujuan ini dengan upaya dan keahlian, bertanggung jawab atas keputusan, dan mengambil risiko di tingkat moderat (Shane et al. 2003; Stewart & Roth 2001). Selain itu, pengambilan risiko juga dipengaruhi oleh tingkat efikasi diri seseorang karena besarnya keyakinan diri dalam menyelesaikan suatu tugas. Kepercayaan diri mempengaruhi persepsi terhadap peluang sukses dan gagal, yang mana itu selanjutnya mempengaruhi pengambilan risiko. Tingginya keyakinan diri meningkatkan persepsi bahwa suatu situasi adalah kesempatan untuk sukses dan meningkatkan persepsi terhadap risiko (Macko & Tyszka 2009).

Wirausahawan adalah orang yang beradaptasi terhadap risiko dengan berpersepsi positif terhadap risiko. Wirausahawan memahami secara berbeda apa yang dianggap sebagai risiko oleh orang-orang pada umumnya. Risiko tidak diambil semata-mata karena kesenangan pada risiko, melainkan karena adanya kemungkinan mendapatkan hasil yang diinginkan atau potensi keuntungan dari pengambilan risiko tersebut (Palich & Bagby 1995). Wirausahawan pada umumnya memiliki kemahiran mendeteksi adanya kekuatan dan kesempatan dari suatu situasi, atau dengan kata lain mensifati situasi secara lebih optimistik atau berdasarkan perspektif yang positif. Sementara itu, non-wirausaha cenderung sebaliknya, memandang dalam situasi terkandung kelemahan dan ancaman sehingga mereka cenderung menghindari risiko (Macko & Tyszka 2009; Palich & Bagby 1995).

3.4. Otonomi (*Autonomy*)

Otonomi atau kemandirian adalah anteseden perilaku wirusaha dan juga merupakan komponen penting dalam orientasi berwirausaha (*entrepreneurial orientation*). Ia berkenaan dengan semangat independen dan kebebasan melakukan tindakan yang dibutuhkan untuk memajukan usaha. Dengan kemandirian seseorang akan memiliki kebebasan dan fleksibilitas untuk membangun dan melaksanakan inisiatif-inisiatif bisnis (Lumpkin et al. 2009).

Independensi dalam bertindak yang mencirikan adanya otonomi memungkinkan seseorang untuk berkerja di luar tradisi, perintah, rutinitas, kebiasaan, norma-norma, dan praktik yang ada, terutama dalam rangka meningkatkan kekuatan organisasi usaha, mengeksplorasi kesempatan yang berada di luar kapabilitas organisasi saat ini, dan mendorong pengembangan praktik bisnis baru. Otonomi diketahui berperan penting meningkatkan inovasi, kompetisi, dan efektivitas usaha (Lumpkin et al. 2009).

Sebagai kualitas kepribadian, otonomi dalam konteks wirausaha ditarik dari Teori Determinasi Diri. Dalam teori ini, otonomi mengacu pada kebutuhan dari dalam diri untuk merasa memiliki kehendak (*desire to feel volitional*) dan mengalami rasa memiliki pilihan (*sense of choice*) dan kebebasan psikologis untuk melakukan suatu aktivitas (Broeck et al. 2010). Kemandirian wirausaha berkenaan dengan kebutuhan seseorang untuk: 1) bertindak mandiri, seperti membuat keputusan, menetapkan tujuan dan rencana tindakan, dan mengontrol usaha-usaha pencapaian tujuan secara mandiri, terlepas dari pengaruh, tekanan, atau paksaan orang lain; 2) menjadi pribadi yang mengontrol dan mengarahkan tindakan diri dengan mengembangkan pilihan dan minat pribadi, mengekspresikan diri sendiri, dan mengaktualisasikan kemampuan yang dimiliki untuk mewujudkan tujuan dan rencana pribadi (Rauch & Frese 2007; Ryan & Deci 2000).

Orang yang otonom dengan kata lain ingin menjadi diri sendiri dan menjadi tuan dalam kehidupan sendiri. Orang dengan otonomi yang tinggi cenderung memiliki lokus kontrol internal. Mereka berkeyakinan bahwa dirinyalah yang menentukan nasib dan masa depannya, bukan orang lain, lingkungan, atau keberuntungan. Hal ini selanjutnya meningkatkan motivasi untuk meraih kesuksesan dan membangun keahlian yang dibutuhkan untuk mewujudkan kesuksesan (Rauch & Frese 2007; Ryan & Deci 2000).

3.5. Efikasi Diri Wirausaha (*Entrepreneurial Self-Efficacy*)

Efikasi diri wirausaha (EDW) adalah salah satu faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha. Pada umumnya efikasi diri didefinisikan sebagai keyakinan seseorang terhadap kapabilitas personalnya untuk menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan. Efikasi diri memainkan peran penting dalam menentukan pilihan seseorang, level usaha, dan kegigihannya. Seseorang dengan efikasi diri yang tinggi terhadap tugas tertentu lebih mungkin untuk mengejar dan bertahan menjalani tugas ketimbang orang dengan efikasi diri yang rendah (Mcgee et al. 2009).

Efikasi diri dipandang sebagai anteseden utama bagi intensi seseorang untuk memulai usaha baru. Dalam konteks ini, efikasi diri kewirausahaan adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka untuk dapat dengan sukses meluncurkan dan menjalankan suatu usaha. Ia meliputi keyakinan mampu melakukan dengan baik tugas-tugas seorang wirausahawan, yaitu mengenali kesempatan, mengelola risiko dan ketidakpastian, dan berinovasi. Pada pendapat yang lain, efikasi diri kewirausahaan terdiri atas lima dimensi, yaitu: yakin mampu memasarkan, berinovasi, mengelola usaha, mengambil risiko, dan mengendalikan keuangan (Mcgee et al. 2009).

Mcgee et al. (2009) mengembangkan skala pengukuran *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) yang mengandung empat dimensi. Keempat dimensi ini mengacu pada empat fase aktivitas kewirausahaan, yaitu: *searching*, *planning*, *marshalling*, dan *implementing*. Pertama, *searching* adalah fase pengembangan gagasan usaha dan/atau identifikasi kesempatan. Fase ini berdasar pada bakat-bakar kreatif dan kemampuan berinovasi. Seorang wirausahawan adalah pribadi yang cakap dalam menangkap dan

memanfaatkan kesempatan sebelum kesempatan itu direbut oleh orang lain. Kedua, *planning* adalah fase konversi gagasan menjadi rencana bisnis yang dapat dilaksanakan. Pada tahap ini, seorang wirausahawan mengevaluasi gagasan atau konsep bisnisnya dan mengubahnya dalam bentuk rencana bisnis yang teknis, seperti terkait sasaran pasar, lokasi, spesifikasi produk, tempat produksi, biaya, perhitungan untung rugi, dan prediksi pertumbuhan bisnisnya di masa depan. Ketiga, *marshalling* adalah fase memadukan aneka sumberdaya untuk mengubah rencana bisnis menjadi nyata, seperti modal, tenaga kerja, pelanggan, dan pemasok. Keempat, *implementing* adalah fase menumbuhkan bisnis dan memelihara keberlanjutannya di masa depan. Seorang wirausahawan yang sukses menerapkan keterampilan dan prinsip-prinsip managerial yang baik, membangun rencana strategis, dan mengembangkan relasi bisnis dengan pemasok, pelanggan, karyawan, dan pemilik modal. Menumbuhkan bisnis memerlukan pula visi dan kemampuan memecahkan masalah dengan cepat dan efisien.

fikasi diri wirausaha tampak pada sikap positif seseorang terhadap pengembangan bisnis baru dan seberapa besar kepercayaan dirinya pada kemampuannya melaksanakan empat fase di atas.

Pembahasan

Berdasarkan konsep-konsep karakter wirausaha yang dipaparkan di seksi sebelumnya, maka konstruksi karakter wirausaha untuk Skala Karakter Wirausaha adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Konstruksi Karakter Wirausaha

Dimensi	Aspek
1. Motivasi berprestasi (adaptasi AMQ, Sagie et al. 1999)	a. Instrumental: pengalaman terbiasa melakukan tugas-tugas yang menantang b. Afektif: merasakan kepuasan dari melakukan tugas-tugas yang menantang c. Kognitif: preferensi pada tugas-tugas yang menantang
2. Keinovativan	a. Perilaku inovatif aktual: usaha dalam kehidupan sehari-hari untuk memperbaiki produk dan prosedur kerja b. Sikap terhadap inovasi: keterbukaan dan kesediaan mengikuti dan beradaptasi dengan cara-cara baru
3. Pengambilan risiko	a. Persepsi positif/ optimistik: kategori risiko sebagai mengandung kekuatan dan kesempatan (pengukuran subjektif atas risiko) b. Toleransi terhadap risiko: kesediaan menerima dan mengambil risiko berdasarkan perhitungan objektif
4. Otonomi	a. Tindakan mandiri: bertindak mandiri lepas dari pengaruh-pengaruh sosial, tekanan, atau paksaan orang lain b. Determinasi diri: mengarahkan dan mengontrol diri sendiri serta mengaktualisasikan kemampuan sendiri
5. Efikasi diri (adaptasi ESE Scale, Mcgee et al. 2009)	a. <i>Searching</i> : keyakinan mampu melakukan pengembangan gagasan dan identifikasi kesempatan b. <i>Planning</i> : keyakinan mampu melakukan konversi gagasan menjadi rencana bisnis yang dapat dilaksanakan c. <i>Marshalling</i> : keyakinan mampu memadukan aneka sumberdaya untuk merealisasikan rencana bisnis d. <i>Implementing</i> : keyakinan mampu menumbuhkan dan menjaga keberlangsungan hidup usaha

Kelima karakter tersebut peneliti yakini merupakan yang paling menonjol dan khas, mencirikan seorang wirausahawan. Temuan tersebut tidak hanya bersumber dari hasil studi-studi korelasional, melainkan pula hasil meta-analisis yang merangkum hasil temuan di area terkait selama beberapa tahun (Brandstätter 2011; Frese & Gielnik 2014). Di samping kelima karakter tersebut, ada beberapa karakter lainnya, seperti *locus of control*, resiliensi, sifat-sifat kepribadian umum, dan motivasi terkait kebutuhan psikologis dasar lainnya, yang berkontribusi dalam keberhasilan wirausaha. Namun, peneliti tidak menyertakannya dalam pengembangan alat ukur kali ini karena pertama, peneliti fokus pada karakter kepribadian spesifik, dan kedua, beberapa karakter spesifik lainnya merupakan bagian kelima karakter di atas. Sebagai contoh, karakter kemandirian telah memuat *locus of control internal*, sementara resiliensi telah termuat dalam karakter motivasi berprestasi.

Untuk keperluan pengembangan alat ukur, sebetulnya penelitian-penelitian sejenis dalam konteks Indonesia sangat diperlukan untuk pengembangan aitem yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat Indonesia. Disayangkan, penelitian tersebut belum berkembang sehingga hasil studi ini pun dapat dipertimbangkan sebagai titik mula penelitian tentang profil kepribadian wirausahawan yang lebih baik dan intensif di masa depan.

4. KESIMPULAN

Artikel ini merupakan hasil studi literatur tentang paradigma sifat atau kepribadian dalam penelitian psikologi kewirausahaan. Studi ini mengkonseptualisasikan sejumlah karakter kepribadian utama dan menentukan bagi keberhasilan wirausaha, yaitu: motivasi berprestasi, keinovatifan, pengambilan risiko, otonomi, dan efikasi diri, dalam konteks wirausaha. Berdasarkan studi, diketahui secara garis besar anteseden dan konsekuensi utama dari kelima karakter kepribadian tersebut dan pula dimensi-dimensinya. Konseptualisasi ini merupakan landasan pengembangan Skala Karakter Wirausaha, baik dengan adaptasi skala pengukuran yang sudah ada maupun pengembangan skala baru yang sesuai dengan kebutuhan penelitian di Indonesia.

Studi ini hendak dilanjutkan dengan riset pengembangan alat ukur psikologis. Secara teoretis, konsep-konsep yang diperoleh dari studi literatur telah cukup memadai, hanya saja diperlukan telaah lebih jauh untuk mengetahui penerapan konsep-konsep ini untuk menjelaskan fenomena kewirausahaan di Indonesia. Diharapkan di masa depan dalam dilakukan riset-riset kepribadian wirausaha yang mempertimbangkan keunikan faktor sosial-budaya masyarakat Indonesia.

REFERENSI

- Antonites, A.J. & Wordsworth, R., 2009. Risk tolerance : A perspective on entrepreneurship education. *Southern African Business Review*, 13(3), pp.69–85.
- Brandstätter, H., 2011. Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), pp.222–230.
- Brockhaus, R.H., 1980. Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), pp.509–520.
- Broeck, A. Van Den et al., 2010. Capturing autonomy , competence , and relatedness at work : Construction and initial validation of the Work-related Basic Need Satisfaction scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, pp.981–1002.
- Chen, S., Su, X. & Wu, S., 2012. Need for Achievement, Education, and Entrepreneurial Risk-Taking Behavior. *Social Behavior and Personality*, 40(8), pp.1311–1318.

- Cunningham, J.B. & Lischeron, J., 1991. Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29(1), pp.45–61. Available at: https://noppa.lut.fi/noppa/opintojakso/ac30a1050/materiaali/artikkeli_2.pdf.
- Frese, M., 2009. Towards a Psychology of Entrepreneurship: An Action Theory Perspective. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(6), pp.437–496. Available at: <http://www.nowpublishers.com/article/Details/ENT-028>.
- Frese, M. & Gielnik, M.M., 2014. The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, pp.413–438. Available at: <http://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326>.
- Goldsmith, R.E. & Foxall, G.R., 2003. The Measurement of Innovativeness. In L. V. Shavinina, ed. *The International Handbook on Innovation*. Amsterdam: Elsevier Science, pp. 321–330.
- Hisrich, R., Langan-Fox, J. & Grant, S., 2007. Entrepreneurship Research and Practice: A Call to Action for Psychology. *American Psychologist*, 62(6), pp.575–589.
- Krueger, N.F., 2005. The cognitive Psychology of Entrepreneurship. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch, eds. *Handbook of Entrepreneurship Research*. Boston, MA: Springer, pp. 105–140.
- Lumpkin, G.T., Cogliser, C.C. & Schneider, D.R., 2009. Understanding and Measuring Autonomy: An Entrepreneurial Orientation Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), pp.47–69.
- Macko, A. & Tyszka, T., 2009. Entrepreneurship and Risk Taking. *Applied Psychology: An International Review*, 58(3), pp.469–487.
- Marcati, A., Guido, G. & Peluso, A.M., 2008. The role of SME entrepreneurs ' innovativeness and personality in the adoption of innovations. *Research Policy*, 37, pp.1579–1590.
- Mcgee, J.E. et al., 2009. Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(4), pp.965–988.
- Mitchell, R.K. et al., 2002. Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), pp.93–104.
- Mueller, S.L. & Thomas, A.S., 2000. Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16, pp.51–75.
- Palich, L.E. & Bagby, D.R.A.Y., 1995. Using Cognitive Theory to Explain Entrepreneurial Risk-Taking: Challenging Conventional Wisdom. *Journal of Business Venturing*, 10, pp.425–438.
- Rauch, A. & Frese, M., 2007. Born To Be An Entrepreneur? Revisiting The Personality Approach To Entrepreneurship. In J. R. Baum, M. Frese, & R. Baron, eds. *The Psychology of Entrepreneurship*. New York: Psychology Press, pp. 41–65.
- Rauch, A. & Frese, M., 2000. Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. In C. L. Cooper & I. T. Robertson, eds.

- International review of industrial and organizational psychology*. Chichester: Wiley, pp. 101–142.
- Ryan, R.M. & Deci, E.L., 2000. Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55(1), pp.68–78.
- Sagie, A. et al., 1999. Achievement motive and entrepreneurial orientation: a structural analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 20, pp.375–387.
- Saputra, Y.N., 2011. Pengembangan Kurikulum Kewirausahaan di Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 17(5), pp.599–607.
- Shane, S., Locke, E.A. & Collins, C.J., 2003. Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), pp.257–279.
- Shane, S. & Venkataraman, S., 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*, 25(1), pp.171–184.
- Stewart, W.H. & Roth, P.L., 2015. A Meta-Analysis of Achievement Motivation Differences between Entrepreneurs and Managers *. *Journal of Small Business Management*, 45(4), pp.401–421.
- Stewart, W.H. & Roth, P.L., 2001. Risk Propensity Differences Between Entrepreneurs and Managers: A Meta-Analytic Review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), pp.145–153.
- Suharti, L. & Sirine, H., 2011. Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention) (Studi terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(2), pp.124–134.
- Utsch, A. & Rauch, A., 2000. Innovativeness and Initiative as Mediators between Achievement Orientation and Venture Performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), pp.45–62.
- Wu, S., Matthews, L. & Dagher, G.K., 2007. Need for achievement, business goals, and entrepreneurial persistence. *Management Research News*, 30(12), pp.928–941.
- Yuwono, S. & Partini, 2008. Terhadap Tumbuhnya Minat Berwirausaha Influence of Entrepreneurship Training on the Growth of Entrepreneurship Interest. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 9(2), pp.119–127.