

Pengalaman *Berpikir* Pada *Entrepreneur* “Barat Daya Group”

Hanifah¹, Yanladila Yeltas Putra²

^{1,2} Departemen Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang, Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat., Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat

Email : Hanifahipeh126@gmail.com

Abstrak

Indonesia tengah dilanda Pandemi-Covid 19 yang menyebabkan kemerosotan dari segala segi termasuk perekonomian. Seluruh rakyat Indonesia bisa membantu menyeimbangkan keadaan ekonomi kembali salah satunya dengan berwirausaha. Wirausaha merupakan seseorang yang mampu memanfaatkan keadaan menjadi sebuah peluang usaha dan menghasilkan. Wirausahawan harus memiliki kreativitas dan inovasi agar dapat bertahan dan berkembang di tengah kemajuan zaman. Pemanfaatan SDA dan penggunaan teknologi dapat memudahkan wirausaha dalam mengembangkan kualitas usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengurai seperti apa pengalaman *berpikir kreatif entrepreneur* dalam mendirikan dan mengembangkan usaha. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Subjek penelitian ini yaitu pemilik “baratdaya group”. Pemilihan subjek ditentukan dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam. Analisis data menggunakan milles & huberman. Penelitian ini ditemukan 4 subtema yang terkait dengan *berpikir* yakni pengalaman heuristik, pengambilan keputusan, internalisasi diri, kreatifitas.

Kata Kunci: *Pengalaman, Berpikir kreatif, Wirausaha*

Abstract

Indonesia is being hit by Pandemic-Covid 19 which has caused a downturn in all aspects including the economy. All Indonesian people can help rebalance the economy, one of which is entrepreneurship. Entrepreneurship is someone who is able to take advantage of circumstances into a business opportunity and produce. Entrepreneurs must have creativity and innovation in order to survive and thrive amidst the times. Utilization of natural resources and the use of technology can facilitate entrepreneurs in developing the quality of their business. This research aims to unravel what the creative thinking experience of entrepreneurs is like in establishing and developing a business. This research uses Qualitative method. The subject of this research is the owner of "baratdaya group". The subject selection was determined by purposive sampling. Data collection used in-depth interviews. Data analysis using miles & huberman. This research found 4 sub themes related to thinking, heuristic experience, decision making, self internalization,creativity.

Keywords: *Experience, Creative Thinking, Entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Berpikir meliputi kegiatan memanipulasi informasi untuk membentuk konsep, memecahkan berbagai masalah, mengambil keputusan dan menghasilkan ide-ide kreatif. Kemampuan berfikir ini disebut kognitif. Menurut Maclin (2014) Psikologi kognitif berkaitan dengan topik-topik seperti persepsi, memori, perhatian, bahasa dan pemikiran atau pengambilan keputusan. Menurut Grief, Others, Hartman dan Stratton (dalam King, 2012) Proses berpikir adalah tentang memahami konsep dan pengetahuan yang ada. Grief, Others, Hartman dan Stratton (dalam King, 2012) juga mengatakan pemecahan masalah adalah upaya menemukan cara yang tepat untuk menghadapi masalah dan mencapai tujuan.

Menurut Matlin (2009) ada empat aspek pemecahan masalah, yaitu pemahaman masalah, strategi pemecahan masalah, faktor yang mempengaruhi masalah, dan kreativitas. Setelah memahami suatu masalah, seseorang harus mencari cara untuk menyelesaikannya. Penyelesaian masalah terfokus di dalam otak dan fokus utama adalah peran korteks prefrontalis (*PFC-prefrontal cortex*). Penelitian yang dilakukan oleh Newman, Carpenter, Varma, & Just (2003) mengukur fungsi otak menggunakan FMRI, dilakukan ketika seorang mengerjakan tugas "Tower of London". Terdapat temuan yang berkaitan dengan peran PFC yaitu bila korteks prefrontalis kiri dan kanan secara setara terlibat dalam penyelesaian masalah sedang hingga sulit. Menunjukkan bahwa area prefrontalis kiri lebih terlibat dalam pelaksanaan rencana, sedangkan area prefrontalis kanan mungkin lebih terlibat dalam berfikir penyusunan suatu rencana.

Demikian pula dengan masalah ini, dalam situasi terdesak oleh penurunan ekonomi nasional di Indonesia, seluruh masyarakat harus mencari cara untuk bertahan hidup. Di Indonesia UMKM berperan cukup besar termasuk memperluas lapangan kerja. Keadaan ekonomi dapat mempengaruhi kemajuan suatu negara. Jadi salah satu pilihan yang dapat dicapai dengan berwirausaha. Kewirausahaan dalam psikologi memiliki arti jiwa yang semangat, berani berusaha, memiliki mimpi, berjiwa kreatif, mandiri, dan mempunyai need for achievement (Margahana & Triyanto, 2019). Menurut Zimmerer et al., (2008) wirausaha (*entrepreneur*) adalah individu yang dapat menganalisa peluang dan menggunakan sumber daya yang tersedia menjadi suatu hal yang berguna dan memperoleh keuntungan.

Sedangkan orang yang berperan dalam wirausaha ini merupakan wirausahawan. Wirausahawan merupakan orang yang mampu melihat kesempatan, memanfaatkan dan berani mengambil resiko untuk mewujudkan usahanya guna memperoleh keuntungan (Kasmir, 2008). Dalam memulai wirausaha harus memiliki tekad dan keyakinan yang kuat. Sebagaimana menurut (Frinces, 2010) menanamkan keyakinan bahwa menjadi seorang wirausaha merupakan pilihan yang dapat merubah kualitas kehidupan. Seorang wirausahawan merupakan seseorang yang mampu mengelola waktu dengan baik, mampu memilih bahan baku yang akan dijual, mampu melihat peluang dan kebutuhan konsumen sehingga menghasilkan produk yang dapat diterima dimasyarakat (Kasmir, 2008). Namun, menjadi seorang wirausaha tidaklah mudah di zaman berkembang seperti sekarang ini. Usaha yang dapat mempertahankan kepemimpinan pasar harus melakukan inovasi. Untuk menjadi inovatif seseorang harus melatih kreativitas.

Kreativitas adalah sikap peka terhadap suatu produk atau proses yang berguna, benar, tepat dan berharga untuk dapat memahami, mempelajari dan menghasilkan sesuatu yang baru (Hadiyati, 2011). Kemampuan entrepreneur dalam meningkatkan kualitas produk dapat dilakukan dengan berbagai cara, contohnya memilih bahan baku yang berkualitas, memanfaatkan SDA yang tersedia, meningkatkan penjualan agar produk lebih banyak dikenal masyarakat. Di era 4.0, teknologi berperan penting di segala bidang, terutama dalam meningkatkan sumber daya manusia dan mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) agar berdaya saing di era saat ini. Menurut penelitian Nozomi & Wadisman (2019) penggunaan teknologi sebagai alat komunikasi meningkatkan sumber daya manusia dan pertumbuhan ekonomi usaha

mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penelitian ini dilakukan di kota Payakumbuh tepatnya di desa Kubu Gadang hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi oleh UKM di Desa Kubu Gadang masih terbatas karena rendahnya pemahaman teknologi informasi dalam pengembangan usaha, rendahnya ketersediaan teknologi informasi dan rendahnya dukungan dari lembaga Negara yang menyebabkan lemahnya sumber daya manusia di Desa Kubu Gadang.

Payakumbuh merupakan salah satu kota di provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Berdasarkan data Badan pusat statistik kota payakumbuh (2022) persentase kependudukan di usia 0-14 tahun sebanyak 25,73%, usia 15-64 tahun sebanyak 67,44% dan usia 65 tahun keatas sebanyak 6,83%. Masyarakat payakumbuh mengakses internet mulai dari usia 5 tahun. Berdasarkan data Badan pusat statistik kota payakumbuh (2022) sebanyak 75,29% masyarakat mengakses internet termasuk facebook, twitter, instagram, whatsapp, dan sebanyak 93,39% menggunakan telepon seluler dan komputer. Keadaan Indonesia mengharuskan masyarakat untuk dirumah membuat peningkatan penggunaan teknologi. Dengan mengusung konsep *first collaboration coffeshop* di Payakumbuh di tengah tantangan pandemic, subjek mengambil langkah besar untuk membangun sebuah *coffeshop* yang berbeda dengan lainnya yang bernama "*Barat Daya Coffe*". Seperti halnya yang dikatakan oleh subjek:

"abang mendirikan coffeshop di daerah ini yang merupakan masih tabu atau masih jarang coffeshop karena disini sentral dari 5 SMA dan 4 SMP dan Universitas juga ada. Target pasar abang itu remaja sampai dewasa awal yang dimana remaja merupakan pertengahan kehidupan yang menjadi kunci bagaimana dan seperti apa kehidupannya berikutnya. Di Masa ini remaja menghadapi segala permasalahan baik itu keluarga, pertemanan, studi dan masalah percintaan. Jadi mereka membutuhkan tempat dimana mereka merasa nyaman dan hanya sekedar beristirahat dari semua tuntutan yang diberikan. abang mendirikan coffeshop ini tahun 2021, ketika saat itu pandemic covid-19. Pemerintah daerah mewajibkan masyarakat untuk PPKM, dan tetap melakukan aktivitas di rumah. Namun abang mengambil keputusan yang besar dan juga sudah memperhitungkan dengan segala resiko yang akan terjadi. Karena menurut abang kita tidak akan tau hasil akhir ketika kita belum pernah mencoba. Abang juga sudah mempersiapkan sistem bawa pulang untuk konsumen yang takut untuk menyeduh kopi di toko".

Latar belakang Subjek merupakan lulusan Sarjana Psikologi, ketika kuliah subjek merupakan individu yang suka berorganisasi, subjek pernah menjadi ketua HIMA (Himpunan Mahasiswa) dan juga ikut RAP (Riset Aktual Psikologi) yang mana itu berkecimpung dalam bidang penulisan artikel ilmiah. Subjek juga merupakan penulis dan memiliki blog yang bernama "Ibadah Mimpi". Ibadah Mimpi ini merupakan sebuah catatan perjalanan yang dituliskan oleh subjek menjadi sebuah artikel. Subjek ingin memberikan sebuah gambaran perjalanan yang telah dilaluinya. Subjek yang memiliki jiwa yang bebas tidak suka pekerjaan yang terikat dan terstruktur, subjek lebih memilih pekerjaan yang menyenangkan baginya sehingga apa yang diperjuangkan menjadi kegembiraan dalam mengerjakannya.

Frinces (2010) wirausaha merupakan orang yang mampu *berfikir kreatif*, menyesuaikan keadaan dan menghasilkan inovasi dan hal baru, mampu menghadapi resiko dan ketidakpastian. Inovasi bertujuan agar usahanya tidak tergerus oleh zaman dan dapat menyesuaikan bisnis dengan keinginan konsumen. Menurut Krishna (2013) nilai kemajuan ekonomi suatu negara tergantung pada tingkat inovasi yang diciptakan oleh seorang wirausaha. Sama halnya dengan *Barat daya Coffe*, karena *coffeshop* sudah terlalu banyak di Payakumbuh dan juga memiliki keunikan masing-masing, namun *Barat daya* tetap berusaha untuk eksis. Salah satu upaya yang dilakukan subjek yaitu dengan memasarkan usahanya melalui Internet dan Media Sosial. Sebagaimana yang dikatakan subjek:

“abang mendirikan Barat daya bersama dengan adik abang, kami menyatukan ide dan mewujudkan tema Barat daya seperti ini. Referensi ide-ide lain yang kami dapatkan dari abang sering pergi keluar kota dan menyinggahi coffeshop yang ada disana, dan juga adek abang juga hobby mengeksplor tempat-tempat baru dan mendapatkan ide dari sana. Selain dari pengalaman dan perjalanan yang kami lalui abang juga melihat referensi dari internet, contohnya youtube, pinterest, dan banyak lagi media sosial yang bisa diakses untuk mendapatkan ide. Kami memanfaatkan bahan-bahan yang sudah tidak berguna menjadi sesuatu yang bernilai seni dan indah dipandang”. Untuk memasarkan produk abang memiliki akun media sosial untuk mengunggah semua aktivitas kami, dan juga lebih banyak jangkauan masyarakat karena menurut abang saat ini tidak ada orang yang tidak memiliki social media.

Menjadi entrepreneur juga harus siap dalam menghadapi hambatan dan rintangan yang terjadi dalam proses memajukan usaha. Ketika dihadapkan dengan suatu hambatan, seorang entrepreneur berusaha mencari akar permasalahan dan jalan keluar untuk mengatasi gangguan usahanya. Seorang entrepreneur harus mampu bernegosiasi untuk mendiskusikan permasalahan bisnis. Menurut Suryana dan Bayu (2010) kesuksesan wirausaha dapat ditentukan melalui cara merundingkan masalah dan hubungan seseorang dengan orang lain tanpa perselisihan. Seperti yang diungkapkan subjek:

“Hambatan rintangan yang abang hadapi dari internal itu manajemen karena semuanya kami berdua yang mengurus, bagian pembukuan, manajemen waktu karena kami buka dari jam 07.00 sampai 21.00, jadi kami terus berfikir dan belajar setiap hari bagaimana cara untuk mengembangkan usaha yang membuat customer lebih memilih kita. kalau dari luar itu karena iko tampeknyo termasuk baru dan juga biasonyo langang jadi wk mendirikan disiko tu ado shock culture dari masyarakat”.

Janssen (2000) mengemukakan perilaku inovatif sebagai upaya untuk menghasilkan ide-ide baru yang lebih menguntungkan dan bermanfaat bagi individu dan kelompok. Sebagaimana yang dilakukan Subjek berusaha untuk mengembangkan ide agar lebih menguntungkan. Subjek memanfaatkan SDA kopi lokal sebagai bahan dasar usaha, agar petani menemukan pasar yang tepat untuk produknya. *Barat daya* juga melakukan event-event yang berkolaborasi dengan banyak pihak. Contohnya event melukis, membaca puisi, yang dapat membangkitkan semangat kalangan muda Indonesia. subjek juga melakukan kolaborasi dengan beberapa pihak untuk mendirikan cafe baru yang bertemakan “tapi sawah”, namanya *La Terra Cafe*. Subjek mengatakan bahwa nama *La Terra* berarti sebuah ruang yang didalamnya terkandung kebahagiaan bertumbuh bersama. Hal ini merupakan perilaku kreatif dan inovatif yang dapat menguntungkan subjek dan partner. Subjek bukan hanya terikat pada penjualan produk, subjek menyediakan wadah untuk menuangkan ide kreatifnya bersama seniman lain serta mengadakan event-event yang mampu menarik minat konsumen. Jadi *Barat daya* menjadi wadah bagi anak muda berkreasi dan berinovasi terutama di Kota Payakumbuh.

Berdasarkan fenomena dan observasi yang sudah dilakukan dan didukung teori yang berhubungan, maka peneliti ingin mengetahui lebih mendetail tentang pengalaman *berfikir* pada entrepreneur “*BaratDaya group*” dengan mengambil judul “Pengalaman *Berfikir* Pada Entrepreneur “*BaratDaya group*”. Dalam penelitian ini tujuannya untuk menggambarkan dan mendeskripsikan bagaimana gambaran pengalaman *berfikir* pada entrepreneur “*Baratdaya Group*”.

METODE

Subjek

Subjek dalam penelitian merupakan *entrepreneur "barat daya group"*. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menentukan subjek penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Dimana peneliti harus bisa menjelaskan alasan spesifik individu dan latar-latar khusus yang diobservasi (Hardani et al., 2020). Sedangkan menurut Nugrahani (2014) menyebutkan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Karakteristik subjek dalam penelitian ini yaitu:

1. Subjek merupakan seorang pengusaha atau *entrepreneur*
2. Mendirikan *coffeshop* yang unik
3. Bersedia menjadi subjek penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif mengacu pada penelitian yang mengkaji dan memahami makna bagaimana individu atau kelompok berpikir tentang masalah sosial dan manusia.

Teknik Pengumpulan Data

Creswell (2009) menyajikan teknik pengumpulan data kualitatif yang terdiri dari empat: wawancara, observasi, dokumen dan media audiovisual. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik, yaitu: Wawancara dan Observasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini proses analisis data Miles dan Huberman terdiri dari *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang pengalaman *berfikir* pada entrepreneur "PT Baratdaya Jaya". Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan pengalaman *berfikir* pada seorang entrepreneur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis dan analisis data penelitian ini adalah teknik analisis Miles dan Huberman. Gambaran tersebut dilihat dari hasil penelitian didapatkan beberapa tema terkait gambaran *berfikir* pada seorang *entrepreneur*. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan wawancara mendalam dengan 2 subjek dan 2 informan penelitian. Dari hasil penelitian ini peneliti menemukan 4 subtema terkait dengan pengalaman *berfikir* pada *entrepreneur "Barat Daya group"*. Semua subtema tersebut didapatkan dari hasil analisis menggunakan teknik analisis miles huberman dengan tiga langkah dan diuji kebenarannya menggunakan triangulasi data dengan informan. Prosesnya dilakukan dengan cara mendiskusikan poin penting dari transkrip original, menentukan tema dan konsep dari hasil wawancara. Hasil diskusi tersebut didapatkan 4 subtema berkaitan dengan pengalaman *berfikir* pada entrepreneur. Empat konsep tersebut antara lain:

Pengalaman *berfikir* pada subjek 1 dalam kategori pengalaman heuristik yang pertama mencakup konsep Berawal dari hobi. Subjek 1 memiliki hobi menulis dan *traveling*. Subjek mengikuti berbagai macam *event* yang berhubungan dengan menulis, sehingga subjek 1 terlambat menyelesaikan kuliah. Kecintaan subjek terhadap menulis dan *traveling* membuat subjek berkeinginan untuk menjadi *travel blogger* karena dapat berbagi pengalaman dengan pembaca. Subjek lebih memilih menjadi *entrepreneur* karena menurut subjek dapat memaksimalkan kemampuan terbaik dari dirinya dan merasakan lega ketika mendapatkan apa yang diinginkan. Menurut Raposo, Do paco & Ferreira (2008) seorang wirausaha memiliki atribut yang mendukung

keputusannya menjadi seorang wirausaha yaitu berani mengambil resiko, keinginan untuk maju, memiliki kepercayaan diri, bertujuan meraih keuntungan, kreatif, dan adanya faktor eksternal yang mendukung. Subjek 2 memutuskan pergi merantau untuk berkuliah di Kota D pada tahun 2014. Sebagaimana migrasi atau yang dikenal "merantau" dalam istilah orang Minangkabau merupakan perpindahan penduduk dari tempat asal ke tempat lain dengan tujuan untuk memperbaiki ekonomi atau mendapatkan kehidupan yang lebih layak (Yulanda, 2022). Sewaktu kuliah subjek melakukan perjalanan ke desa-desa terdekat. Di perjalanan subjek mendapatkan ide untuk mendirikan *coffeshop* karena menyukai perkopian, banyak petani yang tidak mendapatkan pasar yang tepat untuk usahanya dan juga sebagai tempat singgah bagi teman-teman yang melakukan perjalanan seperti itu. Sebagaimana dalam proses pemikiran heuristik individu cenderung untuk menyederhanakan suatu peristiwa yang dialami. Proses penyederhanaan yang pertama *representasi* yaitu individu mengambil kesimpulan mengenai suatu gejala sosial hanya berdasarkan pada ciri-ciri tertentu, yang kedua *framing* yaitu pengambilan kesimpulan berdasarkan pengalaman yang baru saja terjadi atau yang paling sering dialami, yang ketiga yaitu pengambilan kesimpulan dengan cara melakukan *generalisasi* pada sekelompok individu berdasarkan perilaku individu lain dan yang keempat keterbatasan informasi yang tersedia yaitu pengambilan kesimpulan berdasarkan informasi yang minim (Taylor, Peplau & Sears, 2009).

Konsep kedua yaitu merealisasikan hobi menjadi usaha. Subjek 1 mendirikan usaha agar dapat membuka lapangan pekerjaan. Menurut Hidayat & Nawawi (2022) seorang wirausaha ketika ingin memulai usaha harus memikirkan target dan tujuan yang ingin dicapai. Subjek 2 ingin membangun usaha dengan tujuan kebebasan finansial. Generasi millennial memiliki daya beli yang kuat jadi Perencanaan keuangan atau perilaku keuangan sangat penting dipersiapkan untuk melindungi masa pensiun dengan kebebasan finansial (Rudiwantoro, 2018).

Konsep ketiga adalah harapan dan hasil pencapaian. Pencapaian yang telah didapatkan oleh subjek 1 yaitu telah mendirikan perusahaan. Subjek sudah mendirikan 5 cabang *coffeshop* dan sudah mengesahkan brand "*BaratDaya group*" menjadi badan usaha. Menurut Arsiati & Yulaika (2021) sebuah usaha dikatakan berhasil ketika mengalami peningkatan penjualan, peningkatan hasil produksi, kenaikan keuntungan, adanya penambahan tenaga kerja, dan transaksi meningkat. Subjek 2 juga mengalami peningkatan pada usahanya yaitu dengan terpilihnya bekerjasama di bidang kopi dengan PT. Ruang Fabrik Kreatif diantara banyaknya *coffeshop* yang mendaftar. Subjek mampu mempresentasikan usaha dan menarik investor untuk bekerjasama.

Pengalaman *berfikir* dalam kategori pengambilan keputusan yang pertama mencakup konsep motivasi untuk memulai usaha. Subjek memiliki keinginan untuk berwirausaha karena subjek merupakan anak pertama yang harus memperjuangkan diri dan keluarga. Subjek 2 Munculnya insight untuk memulai usaha ketika berkuliah ke kota D Tahun 2019. Subjek memanfaatkan peluang karena berada dekat dengan kampus dan minat remaja saat ini nongkrong, akhirnya subjek memanfaatkan halaman belakang kos untuk menjadi lokasi usaha. Subjek memilih mendirikan *coffeshop* karena melihat saat itu trend dan merasa *coffeshop* usaha yang menghasilkan dan akan terus berinovasi. Kepribadian proaktif adalah kecenderungan yang relatif stabil pada individu yang dapat mempengaruhi perubahan lingkungan melalui kemampuan mereka untuk menangkap peluang, bersikap proaktif, mengambil risiko, dan gigih (Bateman & Crant, 1993).

Konsep kedua yaitu tantangan dalam memajukan usaha. Subjek mengalami permasalahan internal dan eksternal. Subjek 1 memiliki permasalahan dalam memajukan usaha yaitu adanya pandemic covid-19 yang menyebabkan penurunan penjualan, namun subjek tetap bertahan dengan menerapkan sistem belanja bawa pulang. Subjek 2 mengatakan bahwa tantangan dalam memajukan usaha yaitu ketika menilai kontrak kerja dengan investor.

Pengalaman *berfikir* dalam kategori internalisasi diri yang pertama mencakup konsep keyakinan terhadap kemampuan diri. Subjek 1 ketika memulai usaha menggunakan dana pribadi yang diperoleh dari hasil event-event menulis dan hadiah lomba menulis. Subjek 2 juga memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya. Subjek percaya dirinya akan bisa mengembangkan usaha karena pekerjaan ini hal yang disukai dan merasa bisnis tersebut tepat dan menghasilkan.

Konsep kedua mencakup hubungan positif. Subjek memiliki hubungan yang baik dengan orang tuanya. Subjek lebih dekat dengan ibu karena dia bisa berbagi suka dan duka. Subjek 2 juga memiliki hubungan yang baik dengan kedua orang tuanya. Subjek sering berselisih pendapat dengan ayah karena memiliki sifat egois yang sama. Kemampuan subjek untuk menjalin hubungan dapat memberikan banyak manfaat baik untuk diri subjek maupun usaha.

Konsep ketiga adalah Dinamika Psikologis. Meningkatkan usaha dapat menimbulkan perasaan *down*. Ketika memulai usaha subjek 1 tidak mendapatkan restu dari orang tua, subjek 1 merasa tertantang dan ingin memaksimalkan usahanya. Begitupun Subjek 2 merasa bersyukur atas kebebasan yang diberi orang tua dalam hidupnya, dengan begitu memberikan jalan yang lebih panjang dan perjuangan kepada subjek.

Pengalaman *berfikir* dalam kategori kreativitas. Subjek 1 bersemangat dan terus ingin mencoba untuk mencapai tujuan. Subjek 1 melakukan upaya peningkatan penjualan dengan melakukan *digital marketing*. Subjek 2 juga memiliki kreatifitas. Subjek 2 sewaktu mendirikan usaha turun tangan mengurus usaha semuanya, mulai dari membuat kopi dan juga melayani pelanggan, karena menurut subjek memiliki *coffeshop* dituntut menjalin komunikasi dan relasi dengan pelanggan.

SIMPULAN

Peneliti mendapatkan hasil bahwa dalam pengalaman *berfikir* subjek yaitu kemampuan subjek melihat dan menilai suatu peristiwa dan perjalanan yang dilewati menjadi sebuah pelajaran dan perkembangan dalam menjalani hidup, pengambilan keputusan, meningkatkan kualitas diri dan melakukan kreativitas untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Subjek 1 menggunakan keahlian menulis untuk meningkatkan kualitas diri dengan menjadi *travel blogger*, mendirikan usaha bersama saudara, melakukan inovasi pertanian di kampung dan melakukan kegiatan ekspor. Sedangkan subjek 2 memulai perjalanan panjang karena ingin berkuliah, mengunjungi 32 provinsi di Indonesia, menjalin relasi dengan banyak orang, keinginan untuk mengolah SDA, mendirikan usaha bersama saudara, sehingga subjek merasa sangat berterima kasih terhadap perjalanan panjang yang semula berasal dari kampung hingga meningkatkan kualitas diri yang tidak terduga sebelumnya. Berdasarkan penelitian ini peneliti menemukan bahwa pengalaman *berfikir kreatif* terdapat 4 tema yakni pengalaman heuristik, Pengambilan keputusan, internalisasi diri, dan kreatifitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsiati, A., & Yulaika, R. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada industri kripik tempe di desa sadang ngawi. *Equilibrium: Jurnal ilmiah ekonomi dan pembelajarannya*, 9 (2), 167-182. <http://doi.org/10.25273/equilibrium.v9i2.10014>
- Badan Pusat Statistik Kota Payakumbuh (2022). *Statistik kesejahteraan rakyat kota payakumbuh 2022, katalog no 4101002.1376*. Badan pusat statistik kota payakumbuh
- Bateman, T.S & Crant, J.M. (1993). The proactive component of organizational behavior: a measure and correlates. *Journal of organizational behavior*, vol 14, 103-118. <https://doi.org/10.1002/job.4030140202>
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage

publications, inc. <https://doi.org/10.2307/1523157>

- Frances, Z., H. (2010). Pentingnya profesi wirausaha di Indonesia. *Jurnal ekonomi & pendidikan*, 7 (1), 34-57. <https://doi.org/1021831/jep.v7i1.576>
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 13 (1), 8-16. <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>
- Hardani, Andriani, H., Sukmana, D. J., Auliya, N. H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Pustaka ilmu.
- Hidayat, T., & Nawawi, Z. M. (2022). Strategi menumbuhkan jiwa kreatif dan inovatif dalam kewirausahaan. *Action research literate*, 6(1), 62-69. <https://doi.org/10.46799/arl.v6i1.100>
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort reward fairness and innovative work behavior. *Jurnal of occupational and organizational psychology*, 73, 287-302. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Janssen%2C+O.+%282000%29.+Job+demand%2C+perceptions+of+effort+reward+fairness+and+innovative+work+behaviour.+Jurnal+of+Occupational+and+Organizational+Psychology.+73%2C+287%E2%80%93302.+&btnG
- Kasmir. (2008). *Kewirausahaan*. Raja grafindo persada.
- King, L. (2014). *Psikologi umum (the science of psychology: an appreciative view 02 edision*. Salemba humanika.
- Krishna, S. M. (2013). Entrepreneurial motivation: a case study of small scale entrepreneurs in mekelle, ethiopia. *Journal of business management & social sciences research*, vol 2 (1), 1-6. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Krishna%2C+S.+M.+%282013%29.+Entrepreneurial+motivation+a+case+study+of+small+scale+entrepreneurs+in+mekelle%2C+ethiopia.+Journal+of+Business+Management+%26+Social+Sciences+Research+%28JBM+%26+SSR%29.+2+%281%29%2C+1%E2%80%936.&btnG=
- Maclin, S. (2014). *Cognitive psychology (8ed)*. <https://docs.google.com/document/d/1HDZpJGzzNnPhbGWdrnKVtNw1wxioCkgOzO9p28BM4LQ/edit>
- Margahana, H & Triyanto, E. (2019). Membangun tradisi entrepreneurship pada masyarakat. *Edunomika*, 3 (2), 300-309. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jie.v3i02.497>
- Matlin, M. W. (2009). *Cognition (7ed)*. <https://docs.google.com/document/d/1jWqLWO7xN0Ov004ZJcVWGdhlpWLJsYJgr-by1kdVryo/edit>
- Newman, S.D., Carpenter, P.A., Varma, S. and Just, M.A. (2003). Frontal and parietal participation in problem solving in the tower of London: fmri and computational modeling of planning and high-level perception. *Neuropsychologia*, 41, 1668-1682. [http://dx.doi.org/10.1016/S0028-3932\(03\)00091-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0028-3932(03)00091-5)
- Nozomi, I & Wadisman, C. (2019). Pemanfaatan teknologi sebagai sarana informasi, peningkatan sumber daya manusia, dan pertumbuhan ekonomi bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (umkm). *Journal of information technology and computer science*, 02 (02), 84-90. <https://doi.org/10.31539/intecom.v2i2.937>
- Nugrahani, F. (2014). *Metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa*. <http://lppm.univetbantara.ac.id/data/materi/Buku.pdf>.
- Raposo, M. Do Paco A. & Ferreira, J. (2008). Entrepreneur's profile: a taxonomy of attribut test and motivations of university students. *Journal of small business and enterprise development*, vol. 15 no. 2, pp. 405-418. <https://doi.org/10.1108/14626000810871763>
- Rudiwanto, A. (2018). Langkah penting generasi millennial menuju kebebasan finansial melalui investasi. *Jurnal moneter*, 5(1), 44-51. <https://doi.org/10.31294/moneter.v5i1.2502>

- Suryana, Y & Bayu, K. (2010). *Kewirausahaan pendekatan karakteristik wirausahawan sukses (buku edisi 2)*. Prenadamedia group.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). *Psikologi Sosial (edisi terjemahan)*. Kencana.
- Yulanda, Diva. (2022). Tinjauan historis masyarakat minangkabau di desa pasar sorkam (1939-1963). *Jurnal tarombo pendidikan sejarah ipts*, 3(1), 1-8.
<http://journal.ipts.ac.id/index.php/tarombo/article/view/1323>.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil*. (Buku 1, Edisi 5 terjemahan). Salemba empat