

PSIKOLOGI PELUANG KEWIRAUSAHAAN: PROSES KOGNITIF
PENGUSAHA STARTUP DIGITAL DALAM *OPPORTUNITY RECOGNITION*

Sadida Fatin Aruni
Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

ABSTRAK

Setidaknya suatu negara dapat maju apabila terdapat 2% pengusaha dari total penduduk negara tersebut. Akan tetapi, Indonesia masih dihadapkan dengan rendahnya angka pengusaha serta semakin tingginya angka pengangguran. Beberapa tahun terakhir, pengembangan pengusaha tidak terlepas dari perkembangan dunia *startup digital*, bahkan Indonesia merupakan negara dengan jumlah *startup digital* terbanyak di Asia Tenggara. Kajian awal psikologis pada kewirausahaan difokuskan pada karakteristik personal pengusaha. Akan tetapi, kesimpulan dari penelitian selama puluhan tahun menunjukkan bahwa tidak ada karakteristik kepribadian khusus dari pengusaha dan non-pengusaha. Pada dasarnya, jantung dari kewirausahaan adalah orientasi dalam melihat peluang. Peluang merupakan hal yang dipersepsikan oleh individu sehingga tercakup dalam ranah kajian kognitif. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud mengungkap proses kognitif yang berlangsung ketika pengusaha khususnya *founders startup digital* dalam identifikasi peluang kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan metode *think aloud protocol* dengan *protocol analysis*. Dari penelitian ini ditemukan bahwa dalam proses identifikasi peluang, pengusaha memfokuskan *cognitive effort* mereka pada pasar (*demand*) dan teknologi (*supply*) sekaligus serta membangun hubungan dan pola-pola bermakna pada dua aspek tersebut melalui pemrosesan *structural relationship*. Penelitian ini memberikan deskripsi mendalam mengenai proses kognitif yang terjadi ketika pengusaha melakukan *opportunity recognition* melalui proses *structural alignment*.

Keyword: rekognisi peluang kewirausahaan, pengusaha, startup digital, proses kognitif, *structural alignment*

PSYCHOLOGY OF ENTREPRENURIAL OPPORTUNITY: COGNITIVE
PROCESS OF DIGITAL STARTUP FOUNDERS IN OPPORTUNITY
RECOGNITION

Sadida Fatin Aruni

Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

ABSTRACT

Developed countries have at least 2% entrepreneurs from the total population of the country. However, Indonesia have a very low number of entrepreneurs as well as an increasing unemployment rate over the years. Recently, the development of entrepreneurship in Indonesia dominated by the growing number of digital startup. Moreover, Indonesia is a country with the largest number of digital startup in Southeast Asia. Initial psychological studies on entrepreneurship are focused on the personal characteristics of the entrepreneurs. However, conclusions from more than 30 years of research indicate that there are no special personality characteristics of entrepreneurs and non-entrepreneurs. In essence, the heart of entrepreneurship lies in the ability to recognize an opportunity. Opportunity recognition is a mechanism that happens in an individual's cognitive process. Therefore, this study was intended to reveal the cognitive processes that take place when entrepreneurs, in particular the founders of digital startups, in the identification of entrepreneurial opportunities. This research use think aloud protocol method with protocol analysis. Based on this research, we found that in the process of opportunity recognition, entrepreneurs focus their cognitive efforts on the market (demand) and technology (supply) as well as build relationships and meaningful patterns in these two aspects through structural relationship processing. This study provides an in-depth description of the cognitive processes that occur when entrepreneurs recognize entrepreneurial opportunities through structural alignment processes.

Keyword: opportunity recognition, entrepreneurship, digital startup, cognitive process, structural alignment