



**HUBUNGAN MINAT, KERPRIBADIAN,  
DAN KESESUAIAN INDIVIDU-PEKERJAANNYA  
(STUDI PADA TENAGA PENJUALAN AGRIBISNIS)**

*The Correlation of Vocational Interest, Personality  
And Person-Job Fit  
(Study on Agribusiness Sales)*

**SKRIPSI**

**DISUSUN OLEH:**

**ALEXANDER PUTRA**

**705140086**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**2019**



**HUBUNGAN MINAT, KERPRIBADIAN,  
DAN KESESUAIAN INDIVIDU-PEKERJAANNYA**

**Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk menempuh ujian Sarjana 1 (S-1)**

**Psikologi**

**DISUSUN OLEH**

**ALEXANDER PUTRA**

**705140086**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2019**

|                                                                                                                                                    |                                  |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------|
|  <b>UNTAR</b><br>Tarumanagara University<br>FAKULTAS<br>PSIKOLOGI | FR-FP-04-06/R0                   | HAL.<br>1/1 |
| 05 NOVEMBER 2010                                                                                                                                   | SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH |             |

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Alexander Putra**

NIM : **705140086**

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang diserahkan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, berjudul:

**Hubungan Minat, Kepribadian, Kesesuaian Individu-Pekerjaannya  
(Studi pada Tenaga Penjualan Agribisnis)**

Merupakan karya sendiri yang tidak dibuat dengan melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme. Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme tersebut, dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku di lingkungan Universitas Tarumanagara.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Jakarta, 12 Juli 2019

Yang Memberikan Pernyataan



**Alexander Putra**

|                                                                                                                                                    |                              |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------|
|  <b>UNTAR</b><br>Tarumanagara University<br>FAKULTAS<br>PSIKOLOGI | FR-FP-04-07/R0               | HAL.<br>1/1 |
| 05 NOVEMBER 2010                                                                                                                                   | SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH |             |

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Alexander Putra**  
 N I M : **705140086**  
 Alamat : **Jl. Jembatan Gombang II Blok H No. 7**  
**Jakarta 14450**

Dengan ini memberi hak kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk menerbitkan sebagian atau keseluruhan karya penelitian saya, berupa skripsi yang berjudul:

**Hubungan Minat, Kepribadian, Kesesuaian Individu-Pekerjaannya  
(Studi pada Tenaga Penjualan Agribisnis)**

Saya juga tidak keberatan bahwa pihak editor akan mengubah, memodifikasi kalimat-kalimat dalam karya penelitian saya tersebut dengan tujuan untuk memperjelas dan mempertajam rumusan, sehingga maksud menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pembaca umum sejauh perubahan dan modifikasi tersebut tidak mengubah tujuan dan makna penelitian saya secara keseluruhan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, secara sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 12 Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan



**Alexander Putra**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**HUBUNGAN MINAT, KEPERIBADIAN, DAN KESESUAIAN  
INDIVIDU-PEKERJAANNYA**

**ALEXANDER PUTRA**

**705140086**

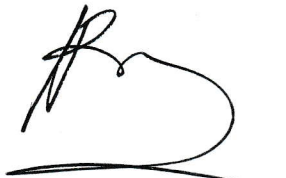


**(Dr. P. Tommy Y. S. Suyasa S.Psi., M.Si.)**

**Pembimbing**

**Jakarta, 11 Juli 2019**

**Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara**



**(Dr. Rostiana, M.Si., Psi.)**

**Dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**HUBUNGAN MINAT, KEPERIBADIAN, DAN KESESUAIAN  
INDIVIDU-PEKERJAANNYA**

**ALEXANDER PUTRA**

**705140086**

**PANITIA UJIAN**



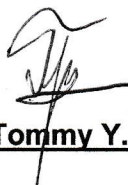
**(Dr. Zamralita, M. M., Psi.)**

**Penguji I**



**(Kiky D. H. S., S.Psi., M.Psi.)**

**Penguji II**



**(Dr. P. Tommy Y. S. S. S.Psi., M.Si.)**

**Penguji III**

## ABSTRAK

**Alexander Putra (2019)**

**Hubungan Minat, Kepribadian, dan Kesesuaian Individu-Pekerjaannya (Studi pada Tenaga Penjualan Agribisnis); Dr. P. Tommy Y. S, Suyasa M.Si., Psikolog; Program Studi S-1 Psikologi, Universitas Tarumanagara, (i - ix; 52 Halaman; P1 – P3; L1 – L38)**

*Person Job Fit (PJ Fit)* diartikan sebagai kesesuaian antara individu dengan pekerjaannya atau tugas-tugas yang dilakukan di tempat kerja. *PJ Fit* berkaitan erat dengan hal-hal yang bersifat individual, seperti kepribadian dan minat seseorang pada suatu hal. Kesesuaian antara kepribadian dan minat dengan bidang pekerjaan memiliki dampak terhadap kepuasan kerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kepribadian (*The Big Five Personalities /OCEAN*) dengan *PJ Fit*, dan hubungan minat (*RIASEC*) dengan *PJ Fit* pada tenaga penjualan di PT X Penelitian ini melibatkan 76 partisipan menggunakan *convenience sampling*. Data dianalisis menggunakan program SPSS 17.0 for windows, dan analisis korelasi menggunakan Spearman's Rho. Hasil analisis data menunjukkan adanya korelasi antara variabel minat dimensi *enterprise* dengan *PJ Fit* ( $r_s = 0,289, p < 0,05$ ). Hasil analisis data menunjukkan adanya korelasi antara variabel kepribadian *traits openness to experience* dengan *PJ Fit* sebesar ( $r_s = 0,290, p < 0,05$ ).

**Kata Kunci: Minat, Kepribadian, *PJ Fit*.**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1. Latar Belakang**

Kedelai merupakan salah satu komoditi primer yang banyak dibutuhkan sebagai input untuk menghasilkan komoditi sekunder, seperti; susu kedelai, tempe, tahu, tepung kedelai dan lain-lain. Sehubungan dengan itu, kedelai mempunyai peran yang sangat penting dalam perekonomian di Indonesia. Selain itu tahu dan tempe adalah makanan asal Indonesia yang sangat diminati rakyat, sehingga kebutuhan kacang kedelai sangat tinggi untuk pembuatan tahu dan tempe (Aimon & Satrianto, 2015).

Menurut Aimon dan Satrianto (2015), sejak tahun 1999, kacang kedelai mengalami permasalahan karena ketersediaannya tidak mencukupi kebutuhan



masyarakat. Produksi kedelai dapat dikatakan terus mengalami penurunan dan nilainya selalu berada di bawah 1 juta ton sedangkan konsumsi jauh mengalami peningkatan telah menyebabkan terjadinya peningkatan impor yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini yang menyebabkan PT X berkembang pesat.

PT X adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam perdagangan hasil bumi (agribisnis). Sebagai importir dan distributor kacang kedelai terbesar di seluruh Indonesia, PT X pernah mencapai 67% pendistribusian kacang kedelai keseluruhan Indonesia. Untuk dapat mendistribusikan komoditas hasil bumi, PT X membutuhkan tenaga-tenaga penjualan yang dapat diandalkan untuk meningkatkan pemasarannya. *Marketing* atau pemasaran merupakan salah satu fungsi utama di antara fungsi-fungsi penting lainnya yang ada dalam suatu perusahaan. Dalam *marketing* PT X membutuhkan tenaga penjualan atau *sales person*.

Tenaga penjualan atau *Sales Person* di sini adalah individu yang menawarkan suatu produk dalam suatu proses penjualan dengan memperkenalkan produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga akan mencoba dan membelinya (Tjiptono, 2008). Fungsi dari seorang tenaga penjualan menurut Swastha (2009) antara lain adalah: (a) memotivasi calon pelanggan agar ia bertindak dengan suatu cara yang dikehendaki olehnya yaitu membeli, (b) mengarahkan sasaran mana dan kepada siapa produk akan ditawarkan dan dijual, (c) meyakinkan atas manfaat dan kelebihan produk yang ditawarkan, dan (d) meyakinkan calon pelanggan yang diketahui ragu-ragu dalam mengambil keputusan atau menentukan pilihan.

Diantara para tenaga penjualan ada yang merasa cocok terhadap pekerjaannya dan ada juga yang merasa tidak cocok dengan pekerjaannya.

Misalnya Ibu F, memiliki pandangan bahwa ia merasa cocok dengan pekerjaannya karena ia dapat memberikan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuannya dalam pekerjaannya saat ini. Bukan hanya itu ia juga merasa kebutuhannya dapat terpenuhi, seperti: (a) karakteristik pekerjaan, (b) gaji, (c) penghargaan, (d) nilai-nilai, dan (e) jenjang karir (F, *personal communication*, 29 April 2018).

Namun demikian ada pula beberapa karyawan (misalnya Bapak R) memiliki pandangan bahwa ia merasa kurang cocok dengan pekerjaannya. Bapak R menyatakan walaupun ia dapat memberikan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuannya, tetapi ia merasa beberapa kebutuhannya belum terpenuhi, yaitu: penghargaan dan jenjang karir pada pekerjaannya saat ini (R, *personal communication*, 29 April 2018).

Fenomena pada Ibu F dan Bapak R di atas dinamakan sebagai kesesuaian individu-pekerjaannya (*Person-Job Fit*). *Person-Job Fit* adalah kesesuaian antara individu dengan pekerjaannya atau tugas-tugas yang dilakukan di tempat kerja.

Apabila individu merasa cocok dengan pekerjaannya, maka akan terjadi keselarasan yang memungkinkan pegawai bekerja dengan semangat, bergairah dan rajin bekerja sehingga bekerja lebih yang pada akhirnya dapat memenuhi atau melampaui target penjualan. Sebaliknya, bila kurang cocok maka individu kurang bersemangat dalam mengerjakan tugas-tugasnya dan enggan meningkatkan kemampuannya sehingga mempengaruhi hasil target penjualan (Widyastuti, 2018).

Pentingnya penelitian ini dilakukan pada bagian penjualan dikarenakan tingginya angka *turn over* karyawan sebagai tenaga penjualan. Hal ini dikarenakan bagian penjualan dapat menghasilkan pendapatan yang besar karena terbagi

atas: (a) gaji, (b) komisi, dan (c) bonus; sehingga banyak karyawan bekerja sebagai tenaga penjualan walaupun tidak merasa cocok dengan pekerjaannya. Dengan penelitian ini diharapkan dapat mengurangi intensitas *turn over*.

Pada penelitian Ehrhart dan Makransky (2007) menunjukkan bahwa *person-job fit* diprediksi oleh minat dan kepribadian. Dimensi minat yang diteliti ada 8 yaitu *science, technology, outdoor, business, computation, communication, arts*, dan *service*, dan hasil penelitian menunjukkan ada enam dimensi yaitu *science, business, computation, communication, arts*, dan *service* yang memiliki hubungan secara signifikan terhadap *PJ Fit*; sedang dua dimensi lainnya yaitu *technology* dan *outdoor* tidak memiliki hubungan dengan *PJ Fit*.

Trait kepribadian yang diteliti adalah *Openness to experience, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness* dan *Emotional stability*, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa trait *conscientiousness* berperan signifikan terhadap *PJ Fit*, sedangkan trait *Openness to experience, Extraversion, Agreeableness* dan *emotional stability* tidak berhubungan terhadap *PJ Fit*.

Suhaimi (2012) melakukan penelitian tentang hubungan antara kepribadian (*trait agreeableness, conscientiousness, extraversion, neuroticism and openness to experience*) dengan *PJ Fit*, dengan hasil yang menunjukkan bahwa ada hubungan signifikan antara trait kepribadian *agreeableness* dan *conscientiousness*. Sedangkan pada trait *extraversion, neuroticism* dan *openness to experience* tidak ada hubungan yang signifikan dengan *PJ Fit*.

Pada penelitian Ehrhart et al. (2007) menggunakan definisi minat dari Holland, yaitu suatu segi kepribadian yang menunjukkan karakteristik tertentu dari seseorang. Minat terdiri dari 6 dimensi, yaitu: *realistic, investigative, artistic, social, enterprise*, dan *conventional*.

Pada penelitian Ehrhart et al. (2007) juga menggunakan definisi kepribadian dari Costa dan McCrae, yaitu merupakan unsur dalam diri manusia yang dapat mempengaruhi perilaku dengan *trait openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness, dan emotional stability*.

Bicara tentang kelebihan dan kekurangan pada penelitian yang dilakukan oleh Ehrhart et al. (2007). Penelitian Ehrhart (2007) sudah sangat baik dikarenakan variabel yang digunakan sangat lengkap untuk mengetahui peranan bidang minat dan kepribadian terhadap *Person-Vocation Fit* dan *Person-Job Fit*. Namun Penelitian Ehrhart (2007) memiliki kekurangan pada karakteristik subjek yang terlalu umum, yaitu (a) mahasiswa yang bekerja paruh waktu dan penuh waktu; (b) kajian teoretis *PJ Fit* memiliki 4 dimensi; (c) kajian teoretis minat yang menggunakan teori Holland tetapi tidak menggunakan dimensi Holland.

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil penelitian sebelumnya Ehrhart et al. (2007), maka peneliti ingin meneliti hubungan kepribadian, minat dan kesesuaian individu-pekerjaannya pada tenaga penjualan di perusahaan yang bergerak dalam bidang agribisnis. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena pada penelitian Ehrhart et al. (2007) memiliki karakteristik subjek yang umum sedangkan pada penelitian kali ini memiliki karakteristik subjek yang lebih spesifik. Peneliti juga menggunakan kajian teoretis yang berbeda pada kajian teoretis *PJ Fit*. Pada penelitian ini menggunakan 2 dimensi dasar dari *PJ Fit* sedangkan Ehrhart (2007) menggunakan 4 dimensi *PJ Fit* yang telah dimodifikasi dan penelitian kali ini menggunakan kajian teoretis Holland dengan dimensi Holland karena pada penelitian Ehrhart (2007) menggunakan kajian teoretis Holland tetapi tidak menggunakan dimensi Holland. Peneliti berharap dengan hasil penelitian ini dapat membantu proses *recruitment* pegawai terutama pada bidang

tenaga penjualan agar terciptanya kesesuaian individu yang bekerja dengan pekerjaannya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara Minat dan *Person-Job Fit* tenaga penjualan pada PT X?
2. Apakah terdapat hubungan antara Kepribadian dan *Person-Job Fit* tenaga penjualan pada PT X?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan disusunnya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui hubungan antara Minat dan *Person-Job Fit* tenaga penjualan pada PT X.
2. Mengetahui hubungan antara Kepribadian dan *Person-Job Fit* tenaga penjualan pada PT X.

## **1.4 Manfaat penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoretis**

Penelitian ini dilakukan agar dapat menambah kajian empiris mengenai konstruk psikologi yang diteliti. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya dalam melaksanakan penelitian yang menggunakan variabel yang sama yaitu kepribadian, minat, dan *person-job fit*.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Peneliti berharap melalui penelitian ini dapat dipertimbangkan menjadi bahan psikotes untuk memberikan wawasan kepada perusahaan dalam menyeleksi pegawainya sehingga diperoleh pegawai yang tepat dengan lapangan pekerjaan pada perusahaan tersebut.

Pihak perusahaan dapat bekerja sama dengan lembaga rekrutmen pegawai yang sudah terlatih dan memiliki kompetensi untuk melakukan psikotest kepada calon pegawai yang diseleksi.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab. Bab pertama yaitu pendahuluan yang di dalamnya terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Bab kedua yaitu kajian teoretis. Dalam bab kedua, peneliti membahas mengenai teori yang menjadi landasan dari penelitian ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai *person-job fit*, minat, kepribadian, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian. Bab ketiga yaitu metode penelitian berisikan partisipan penelitian, *setting* (konteks) dan peralatan penelitian, prosedur penelitian, dan pengolahan dan teknik analisis data. Bab keempat yaitu hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari gambaran partisipan penelitian, dan gambaran *person-job fit*, minat dan kepribadian partisipan penelitian, hasil analisis data dan pembahasannya. Bab terakhir yaitu bab kelima berisi kesimpulan, diskusi dan saran.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, DISKUSI DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan minat terhadap *PJ Fit* tenaga penjualan pada PT X, dan peranan kepribadian terhadap *PJ Fit* tenaga penjualan pada PT X. Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah diuraikan pada bab IV mengenai hubungan minat dan *PJ Fit*, hasil analisis korelasi *Spearman Brown* pada masing-masing dimensi minat hanya dimensi *enterprise* yang memiliki korelasi signifikan dengan *PJ Fit* tenaga penjualan pada PT X.. Sedangkan dimensi *realistic*, *investigative*, *artistic*, *social*, dan *conventional*, tidak memiliki hubungan dengan *PJ Fit*.

Selanjutnya hasil analisis korelasi *Spearman Brown* pada masing-masing trait kepribadian, diperoleh bahwa hanya trait *Openness to Experience* yang memiliki korelasi signifikan dengan *PJ Fit* tenaga penjualan pada PT X. Sedangkan trait

*Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness* dan *Neuroticism*, tidak memiliki hubungan dengan *PJ Fit*.

## 5.2 Diskusi

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini, dimensi minat yang berperan memprediksi *Person-Job Fit (PJ Fit)*, hanya pada dimensi minat *enterprise*. Dimensi minat *enterprise* berorientasi pada kemampuan mendominasi atau mempengaruhi orang lain. Partisipan yang memiliki skor tinggi pada bidang minat *enterprise* terdorong untuk meraih tujuan-tujuan, seperti: menjadi pedagang, tenaga penjualan, ataupun pengusaha.

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa bidang minat berhubungan dengan *PJ Fit*, lebih spesifik daripada hasil penelitian Ehrhart (2007). Pada penelitian ini, dari enam dimensi bidang minat hanya satu dimensi (yaitu bidang minat *enterprise*) yang berperan memprediksi *PJ Fit*. Sedangkan pada penelitian Ehrhart (2007), dari delapan dimensi bidang minat (*science, technology, outdoor, business, computation, communication, arts, dan service*), menunjukkan enam dimensi (*science, business, computation, communication, arts, dan service*) bidang minat tersebut berperan signifikan dalam memprediksi *PJ Fit*; dua dimensi (*technology & outdoor*) tidak berhubungan dengan *PJ Fit*.

Setidaknya ada tiga kemungkinan dapat menjelaskan perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian Ehrhart (2007). Penjelasan pertama adalah terkait konsep teoretis bidang minat yang digunakan. Penjelasan kedua adalah terkait konsep teoretis *PJ Fit* yang digunakan. Ketiga adalah perbedaan karakteristik partisipan dalam penelitian ini dan dalam penelitian Ehrhart (2007).



Penjelasan pertama, terkait konsep teoretis bidang minat yang digunakan. Baik pada penelitian ini maupun pada penelitian Ehrhart (2007), bidang minat juga menggunakan konsep teoretis Holland (1997). Namun, Namun pada penelitian Ehrhart (2007) konsep bidang minat yang digunakan adalah hasil modifikasi. Contoh: pada penelitian ini digunakan konsep bidang minat *enterprise*. Namun pada penelitian Ehrhart (2007), konsep bidang minat *enterprise* tidak digunakan. Namun demikian Ehrhart (2007) tampaknya memodifikasi bidang minat *enterprise* menjadi bidang minat *business*. Dengan demikian, peneliti berpendapat bahwa bidang minat *enterprise* setara dengan bidang minat *business*.

Penjelasan kedua, terkait konsep teoretis *PJ Fit* yang digunakan. Dalam penelitian ini, konsep *PJ Fit* yang digunakan adalah *Demand-abilities fit* dan *Need-supplies fit*. Sedangkan dalam penelitian Ehrhart (2007), konsep *PJ Fit* yang digunakan terdiri dari lima dimensi, yaitu: *Complexity, Structure, Leadership, Creativity, Interaction*. Dengan demikian bidang minat dapat memprediksi lebih banyak kemungkinan *PJ Fit*.

Jika bidang minat *enterprise* dapat disetarakan dengan bidang minat *business*, maka dapat dijelaskan berdasarkan penelitian Ehrhart (2007), korelasi bidang minat *business* tergolong paling tinggi dengan *PJ Fit* (dimensi *leadership*). Artinya, semakin tinggi skor individu dalam bidang minat *business*, semakin tinggi kesesuaian/kecocokan individu dengan tugas-tugas kepemimpinan.

Dalam penelitian ini dimensi minat *enterprise* disetarakan dengan dimensi minat *business* dari penelitian Ehrhart (2007). Hasil penelitian ini menunjukkan dimensi *enterprise berperan* signifikan terhadap *PJ Fit*; sedangkan hasil penelitian Ehrhart (2007) *science, outdoor, business, computation, communication, arts*, dan *service* berperan signifikan terhadap *PJ Fit*.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian Ehrhart (2007) diduga karena perbedaan karakteristik partisipan. Penelitian ini memiliki karakteristik partisipan yang spesifik yaitu bagian tenaga penjualan sedangkan karakteristik subjek penelitian Ehrhart (2007) sangat beragam. Variasi bidang minat pada partisipan penelitian ini boleh jadi tidak seberagam variasi bidang minat pada partisipan penelitian Ehrhart (2007). Partisipan pada penelitian Ehrhart (2007) mahasiswa yang belum lulus menyelesaikan studinya di *Western Unites States* yang berpartisipasi dalam perkuliahan psikologi, sebagian besar terdiri dari perempuan, memiliki pekerjaan paruh waktu, dan memiliki pekerjaan tetap dengan kemungkinan variasi bidang minat yang juga beragam.

Secara umum sebagai tenaga penjualan di PT X dianggap sebagai memiliki minat *social* yang tinggi. Pada dasarnya dimensi *social* tidak berhubungan dengan menjual produk, melakukan evaluasi penjualan, dan membuat rencana penjualan karena dimensi *social* lebih menyukai pendidikan, membantu korban bencana alam, dan bekerja secara sukarela.

Hasil penelitian berikutnya, terkait tujuan untuk menguji korelasi kepribadian karyawan dengan *PJ Fit*. dihasilkan hanya *trait openness to experience* yang memiliki korelasi signifikan dengan *PJ Fit*. Karyawan dengan kepribadian tipe *openness to experience* adalah pribadi yang memiliki keluasan, kedalaman, dan kompleksitas dari aspek mental dan pengalaman hidup. Orang dengan kepribadian *openness to experience* senang mencari pengetahuan, menambah wawasan, tidak takut melakukan hal yang menantang sebagai suatu pengalaman.

*Job desk* tenaga penjualan sebagai berikut: (a) mengenali produk yang akan dipasarkan, (b) membuat strategi penjualan, (c) mencari pelanggan baru, (d) melayani pelanggan lama, (e) mendengarkan masukan dari pelanggan, (f)

memantau kondisi pasar, (g) melakukan evaluasi hasil penjualan, dan (h) membuat rencana cadangan jika belum mencapai target

Orang yang memiliki kepribadian *openness to experience* ini cocok menjadi tenaga penjualan di PT X karena memiliki pengetahuan yang luas, tidak takut pada hal yang menantang, dan dinamis. Sebagai tenaga penjualan memerlukan cara yang berbeda-beda untuk melayani pelanggan lama dan mencari pelanggan baru serta siap membuat rencana cadangan jika belum mencapai target.

Pada umumnya sebagai tenaga penjualan membutuhkan kepribadian *extraversion*, karena banyak bicara, antusias, ramah, dan agresif. Tetapi pada penelitian ini dibuktikan bahwa orang yang *extrovert* belum tentu merasa cocok menjadi tenaga penjualan dikarenakan membuat strategi penjualan, membuat evaluasi penjualan, dan membuat rencana cadangan adalah karakteristik yang tidak dimiliki oleh orang *extrovert*, lagipula banyak juga tenaga penjualan yang cukup berprestasi yang memiliki kepribadian *introvert*.

Dimensi kepribadian yang digunakan dalam penelitian Ehrhart (2007) memiliki sedikit perbedaan, yaitu: dalam penelitian ini menggunakan dimensi *neuroticism* sedangkan dalam penelitian Ehrhart (2007) menggunakan dimensi *emotional stability*. Hasil penelitian Ehrhart (2007) menunjukkan bahwa kepribadian dimensi *conscientiousness* berperan signifikan dengan *PJ Fit*. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kepribadian dimensi *conscientiousness* berperan signifikan terhadap *PJ Fit*.

Berdasar hasil penelitian tentang peranan kepribadian (*big five personalities*) terhadap *PJ Fit* di atas, diketahui bahwa hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Ehrhart (2007). Pada penelitian ini, dimensi kepribadian yang berperan

pada *PJ Fit* hanya dimensi *openness to experience*; sedangkan pada penelitian Ehrhart (2007) trait *conscientiousness* berperan signifikan terhadap *PJ Fit*.

Secara umum dapat dikatakan bahwa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti jauh berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ehrhart (2007). Pada penelitian yang dilakukan peneliti hanya satu dimensi minat yaitu *enterprise* dan satu trait kepribadian yaitu *openness to experience* yang berpengaruh signifikan terhadap *PJ Fit*; sedangkan pada penelitian Ehrhart dapat dikatakan hampir semua dimensi minat dan trait kepribadian *conscientiousness* berperan signifikan terhadap *PJ Fit*. Kedua hasil penelitian tersebut pada dasarnya sama, yaitu: minat dan kepribadian berperan terhadap *PJ Fit*.

Ehrhart (2007) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa kepribadian seseorang akan berpengaruh pada pilihan pekerjaan. Misalnya orang yang *extrovert* akan lebih memilih pekerjaan yang berkaitan dengan kepemimpinan, dan sangat tertarik dengan pekerjaan yang berinteraksi dengan orang lain.

Di samping dibandingkan dengan hasil penelitian Ehrhart, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu penelitian Wille, Fruyt, Dingemanse, dan Vergauwe (2015) yang hasilnya mengemukakan bahwa minat *enterprise* yang berkaitan dengan penjualan suatu produk memiliki hubungan positif signifikan dengan trait kepribadian *extraversion*, *openness to experience*, dan *conscientiousness*.

Hal ini menandakan bahwa pegawai yang memiliki dimensi minat *enterprise* yang tinggi maka kepribadian *openness to experience*, *extraversion*, dan *conscientiousness* yang dimiliki pegawai juga tinggi. Sehingga dari hasil tersebut juga menandakan bahwa pekerjaan yang membutuhkan dimensi minat *enterprise* seperti tenaga penjualan, membutuhkan pegawai yang memiliki

kepribadian inovatif, kreatif, penuh semangat, pekerja keras, ramah dan komunikatif, serta teratur dan bertanggung jawab.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Munthe dan Setiawan (2011), yaitu bahwa kesesuaian individu dengan pekerjaan merupakan faktor yang tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan dalam bekerja. Seorang karyawan yang tidak memiliki kesesuaian akan pekerjaannya, diprediksi sulit untuk menunjukkan profesionalisme karena yang bersangkutan merasa tidak sesuai dengan jenis pekerjaan yang diperoleh, sehingga timbul rasa enggan untuk meningkatkan kemampuannya.

Sebaliknya bagi karyawan yang merasakan sesuai dengan jenis pekerjaan (profesinya), maka akan berusaha untuk terus belajar meningkatkan kemampuan dan keterampilan sehingga dapat bekerja dengan optimal, karena kesesuaian merupakan dasar awal seseorang untuk menentukan langkah selanjutnya. Keselarasan antara kepribadian dengan pekerjaan secara otomatis akan memungkinkan pegawai bekerja lebih dari apa yang biasa mereka dapat kerjakan.

### **5.3 Saran**

Terdapat beberapa saran yang akan diberikan oleh peneliti baik secara teoretis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

#### **5.3.1 Saran yang Berkaitan dengan Manfaat Teoritis**

Saran untuk peneliti selanjutnya, bagi mahasiswa/i psikologi yang berminat ingin melanjutkan penelitian lebih lanjut agar dapat memperkaya metode yang digunakan dalam penelitian. Tidak hanya dengan metode kuantitatif saja, tetapi dapat melakukan *mixed method* dengan kualitatif. Sehingga, metode analisis data dapat lebih bervariasi.

Penggambilan sampel penelitian dapat ditambah sehingga dapat lebih menggambarkan populasi agar dapat lebih digeneralisasikan. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan daerah penelitian agar tidak hanya meneliti di satu perusahaan saja melainkan dapat mencakup beberapa perusahaan.

Variabel dalam penelitian ini dapat ditambah tidak hanya minat dan kepribadian saja yang dihubungkan dengan *person-job fit*, melainkan dapat ditambah dengan mediator variabel, atau dapat menambah variabel sebagai faktor yang dapat memprediksi dan berkontribusi. Sehingga, hasil analisis tidak hanya dengan desain korelasional tetapi dapat menggunakan desain multivariant seperti *factorial design*, *path analysis*, dan lainnya.

### **5.3.2 Saran yang Berkaitan dengan Manfaat Praktis**

Saran praktis dalam penelitian ini untuk calon tenaga penjualan perlu mempertimbangkan minat dan kepribadian yang dimiliki calon tenaga penjualan karena hal ini berpengaruh dengan pekerjaan anda di masa depan seperti pada kinerja dan kepuasan kerja.

Saran praktis dalam penelitian ini untuk tenaga penjualan PT X sebaiknya memiliki pekerjaan dengan karakteristik minat dan kepribadian yang cocok, dengan begitu anda akan bekerja dengan lebih semangat dan bisa memaksimalkan potensi yang anda miliki.

Saran praktis dalam penelitian ini untuk bagian *Human Resources* PT X perlu melakukan tes minat dan kepribadian tenaga penjualannya, yang bisa dilakukan pada proses rekrutmen agar dapat diperoleh tenaga penjualan yang sesuai

dengan yang dibutuhkan oleh perusahaan. Hal ini bertujuan agar penjualan produk PT X dapat mencapai target.

## **ABSTRACT**

**Alexander Putra (2019)**

***The Correlation of Vocational Interest, Personality and Person-Job Fit (Study on Agribusiness Sales); Dr. P. Tommy Y. S, Suyasa M.Si., Psikolog; Program Studi S-1 Psikologi, Universitas Tarumanagara, (i - ix; 52 pages; R1 – R3; Appendix1 – Appendix38)***

*Person Job Fit (PJ fit) is the compatibility between personel and the job or task he/she is doing in work place. PJ Fit has a close correlation with some of personel's character like someone's personality and the compatibility between personality and interest with job specification can affect job satisfaction. This research aimed to know the relationship of personality (The Big Five Personalities /OCEAN) and interest (RIASEC) with PJ Fit in the marketing workforce of PT X This research involved 76 participants using convenience sampling. Data is analized with SPSS 17.0 for windows and correlation is analyzed using Spearman's Rho. Result of the data analysis shows that there is a significant correlat\ion between interest on enterprising dimention with PJ Fit ( $r_s = 0,289$ ,  $p < 0,05$ ). Result of data analysis also shows that there is a significant correlation between personality on openness to experience trait with PJ Fit ( $r_s = 0,290$ ,  $p < 0,05$ ).*

**Key Words: Interest, Personality, PJ Fit.**



## DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, S. Z., Arlinkasari, F., & Kumalasari, D. (2017). Pengenalan minat salah satu upaya membantu merencanakan masa depan siswa. *Jurnal Empowering Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember*, (1).
- Anastasi, A., & Urbina, S. (1997). *Psycho-logical testing* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Aimon, H., & Satrianto, A. (2015). Prospek konsumsi dan impor kedelai di Indonesia tahun 2015-2020. *Jurnal kajian ekonomi*, (1)
- Apriyani, P. (2013). Pengaruh Kesesuaian Tipe Kepribadian pada Kinerja Mahasiswa Akuntansi. *Tesis*. Universitas Udayana.
- Bealing, W. E., Baker, R. L., Charles, J. R. (2006). Personality: What it Takes to Be An Accountant. *The Accounting Educators Journal* 16: 119-128.
- Ehrhart, K. H., & Makaransky, G. (2007). Testing vocational interests and personality as predictors of person-vocation and person-job fit. *Journal of Carrer Assessment*, 15, 206-226.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2006). *Theories of Personality*. Sixth Edition. New York: McGraw Hill Company.
- Feist, J. & Feist, G.J. (2009). *Theories of Personality*. Amerika Serikat: McGraw Hill.
- Gunawan, A. & Widuri, R. (2014). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi sebagai Akuntan Publik, General Accountant, dan Non-Akuntan. *Tax and Accounting Review* 4 (1).
- Haryono, D. I. (2001). Hubungan pola kepribadian dan kepuasan kerja para manajer BUMN. In B. Sjabadhyni & B. K. I. Graitto, & R. P. Wutun (Eds.), *Pengembangan kualitas SDM dari perspektif PIO*. Depok: Universitas Indonesia.
- Holland, J. L. (1985). *Vocational preference inventory (VPI)-manual*. Odessa, FL: Psychological Assesment Resource.
- Holland, J. L. (1997). *Making vocational choice: A theory of vocational personalities and work environments*, Odessa, FL: Psychological Assesment Resource.
- Iddekinge, C. H. V., Roth, P. L., Putka, D. J., & Lanivich, S. E. (2011). Are you interested? a meta-analysis of relations between vocational interests and

- employee performance and turnover. *Journal of Applied Psychology*, (96), 6, 1167-1194.
- Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & Johnson, E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit. *Personnel Psychology*, 58, 281-342.
- Kuder, G. F. (1977). Activity interest and occupational choice. Chicago, IL: Science Research Associates.
- Larsen, R. J., & Buss, D. M. (2008). *Personality Psychology: Domain of Knowledge About Human Nature*. Third Edition. New York: McGraw Hill Company.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (1985). Updating Norman's "adequate taxonomy": Intelligence and personality dimensions in natural language and in questionnaires. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 710-721.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (1987). Validation of the Five-Factor Model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 81-90.
- Mount, M. K., & Muchinsky, P. M. (1978). Person-environment congruence and employee job satisfaction: a test of holland's theory. *Journal of Vocational Behavior*, (13), 84-100.
- Munthe, R. G. & Setiawan, R. (2011). Organisasi Inovatif: Kesesuaian antara Kepribadian dengan Pekerjaan. *Proceeding*. Seminar Nasional III Forum Manajemen Indonesia.
- Pervin, A. Lawrence., Cervone, Daniel., & John, Oliver P. (2010). *Psikologi Kepribadian : Teori dan Penelitian*. Edisi kesembilan. Jakarta: Kencana.
- Purnomo, R., & Lestari, S. (2010). Pengaruh kepribadian, self-efficacy, dan locus of control terhadap persepsi kinerja usaha skala kecil dan menengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 144-160.
- Purwanto, Ngalm. (2006). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Poerwadarminta, W. J. S. (1999). Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sugiyono, (2011). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung. Alfabeta.

- Suhaimi, Dahlia Binti. (2012). The Relationship Between Personality Traits And Person Job Fit: A Case Study of University Malaya Medical Center (UMMC). Thesis. College of Business Universiti Utara Malaysia.
- Sumiwi, Carolina Maria Arinta Ratri. (2016). Hubungan Minat Dengan Pekerjaan dan Kepuasan Kerja Pada Karyawan PT. Plambo Pemalang. Skripsi. Universitas Katolik Semarang.
- Suryabrata, S. (2014). *Psikologi Kepribadian*. Cetakan ke-21. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Swastha, Basu. (2009). *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi III Andi, Yogyakarta.
- Tracey, T. J. G. (2007). Moderators of the interests congruence occupational outcome relation. *International Journal for Education and Vocational Guidance*, (7) 37-45.
- Widiyastuti, T., & Ratnaningsih, I. Z. (2018). Hubungan antara Person Job-Fit dengan Kepuasan Kerja Pada Karyawan Kantor Pusat Bank Jateng Semarang, Universitas Diponegoro.