

TIPE KEPRIBADIAN PEGAWAI PEMASARAN BANK XY DI PONOROGO

Oleh :

Naning Kristiyana

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Abstark : Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tipe kepribadian pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo. Populasi yang dijadikan obyek penelitian pada seluruh pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo, sejumlah 27 orang pegawai. Tehnik pengambilan sampel adalah sensus/total sampling, dalam penelitian ini ada dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode “angket atau kuisisioner” dan didukung dengan wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan mengumpulkan data dari sumber lain (selain responden) yang diperoleh dari kajian-kajian bacaan atau mempelajari dari buku-buku atau tulisan yang berhubungan dengan pokok bahasan. Metode analisis data dengan menggunakan metode *Analisis Deskriptif Kuantitatif*.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan : (1) Tipe kepribadian pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo mayoritas adalah terbuka atau extrovert. Hal ini dapat ditunjukkan dari keyakinan dalam melaksanakan tugas pemasaran yang dapat ditempuh dengan berbagai cara, tingkat kesulitan pekerjaan menjadi tantangan mereka untuk mencapai keberhasilan karena para pegawai pemasaran Bank XY sebagian besar memiliki tuntutan keberhasilan yang tinggi. (2) Kepribadian yang sangat mendukung terhadap tipe kepribadian extrovert dapat ditunjukkan oleh para pegawai pemasaran ini yaitu mayoritas pegawai pemasaran memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi, mereka mampu berinteraksi dan menyesuaikan perilakunya dengan para nasabah dan calon nasabah. Posisi bagian penjualan menuntut interaksi sosial yang tinggi dan keterbukaan terhadap pengalaman menjadi penting dalam pekerjaan.

Kata Kunci : Tipe Kepribadian, Pegawai Pemasaran

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan wadah bertemunya berbagai tipe kepribadian manusia, karena perusahaan memiliki sejumlah sumber daya manusia yang bekerja didalamnya dengan berbagai perilaku individu yang ditampilkan. Adalah suatu tantangan bagi

perusahaan dalam mencapai tujuan, dapat mengelola seluruh pegawainya dengan berbagai tipe kepribadian yang dimiliki.

Demikian halnya bagi lembaga keuangan perbankan yang memiliki sejumlah pegawai yang bergerak dibidang jasa. Tentunya sebagian besar mereka dalam melaksanakan pekerjaannya secara langsung berhubungan atau melakukan interaksi dengan nasabah maupun calon nasabah. Untuk mewujudkan tujuan perusahaan yaitu memberikan pelayanan jasa perbankan baik pada nasabah maupun calon nasabah, diperlukan pegawai yang dapat memberikan pelayanan terbaik dan bekerja secara profesional. Dalam hal ini kepribadian memiliki peranan yang sangat besar. Karena dengan kepribadian yang ramah, riang, terbuka dan lain-lain akan memberikan nilai positif bagi nasabah dan calon nasabah.

Apalagi seiring dengan tuntutan kompetisi bisnis yang semakin ketat, diperlukan lembaga keuangan yang memiliki keunggulan bersaing dalam kualitas pelayanan dibidang jasa perbankan ini. Seperti halnya di Kabupaten Ponorogo ini, jumlah lembaga keuangan cukup banyak mulai dari lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan nonperbankan. Untuk itulah pegawai pemasaran sebagai tonggak pertama dalam pemberian pelayanan kepada para nasabah dan calon nasabah harus dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perusahaan.

Kepribadian dapat menciptakan parameter untuk perilaku seseorang. Kepribadian mencerminkan dari perilaku yang dilakukan pegawai selama berada di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Perbedaan kepribadian antar pegawai hendaknya mendapat perhatian, karena hal ini sangat berhubungan dengan kebijakan yang akan diambil oleh perusahaan. Masing-masing individu menunjukkan keunikan dalam terminology kemampuan, ketrampilan, persepsi, tindakan nilai dan etika guna mendukung kelancaran tugas pekerjaan mereka.

Kepribadian akan menentukan jenis pekerjaan tertentu, seperti pegawai yang memiliki tipe kepribadian extrovert cenderung lebih tepat diletakkan pada bagian-bagian pekerjaan yang memerlukan komunikasi, negoisasi yang lebih banyak dengan individu atau kelompok serta masyarakat yaitu seperti pekerjaan bagian pemasaran atau penjualan. Pemasaran jasa perbankan tentunya juga melibatkan interaksi sosial yang tinggi. Untuk

itu diperlukan penelitian bagaimanakah tipe kepribadian pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo ?

Penelitian yang dilakukan Wisnu Wardhana (2003) yaitu “ Pengaruh Kepribadian Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan Pada PT. Sari Ater Hotel Subang”. Dengan indikator variable bebas yaitu komunikasi, sikap, partisipasi dan pergaulan dan indikator variable terikat yaitu kualitas dan kuantitas hasil kerja. Hasil penelitian bahwa tipe kepribadian diri extrovert mempunyai pengaruh yang erat terhadap efektivitas kerja.

Penelitian dengan judul “ Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Prestasi Kerja Karyawan pada Hotel Montana Dua Malang” (2004) oleh Fitri, Anik dan Nurhasanah . Dengan indikator variable bebas yaitu partisipasi, kemampuan bersosialisasi, antusiasme, sikap, cara berpikir dan kepercayaan diri, sedangkan indicator variable terikat yaitu kualitas, kuantitas dan ketepatan waktu hasil kerja. Dengan hasil penelitian tipe kepribadian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap prestasi kerja pegawai. Tipe kepribadian karyawan Frontliner adalah extrovert hal ini sangat cocok dengan bidang pekerjaan yaitu berkaitan langsung dengan pelayanan tamu.

Apa itu kepribadian ? Robbin (2003) menyatakan kepribadian merupakan keseluruhan total cara seseorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan orang lain. Menurut Makmuri (2005 : 84) kepribadian didefinisikan sebagai gabungan dari semua cara dimana individu beraksi dan berinteraksi dengan orang lain. Sedangkan menurut Gibson (1996: 156) kepribadian adalah himpunan karakteristik dan kecenderungan yang stabil serta menentukan sifat umum dan perbedaan dalam perilaku seseorang.

Ternyata kepribadian ditentukan oleh (Robbins, 2003:120-122) keturunan, lingkungan dan situasi. **KETURUNAN** : keturunan merujuk dari factor-faktor yang ditentukan sejak lahir, gen atau DNA yang diturunkan secara genetic pada manusia. Ciri-ciri kepribadian sepenuhnya ditentukan oleh keturunan dan sudah ada pada saat kelahiran. Ukuran fisik, wajah, temperamen, komposisi dan refleksi otot, level energi dan ritme biologis. Namun karakteristik kepribadian tidak sepenuhnya ditentukan oleh keturunan. **LINGKUNGAN** : faktor yang juga memberikan formasi kepribadian adalah budaya dimana kita dibesarkan, kondisi awal kita, norma ditengah keluarga, teman dan kelompok sosial dan pengaruh-pengaruh lain yang dialami seseorang. Lingkungan dimana kita tampil memainkan satu peran penting dalam kepribadian kita. Orang-orang

Amerika Utara memiliki tema industri, sukses, persaingan, independensi yang secara konstan tertanam dalam diri mereka melalui sistim sekolah, keluarga dan sahabat. Akibatnya orang-orang Amerika Utara cenderung ambisius dan agresif dibandingkan dengan individu-individu yang dibesarkan dalam budaya kebersamaan, kerjasama dan sosial. Contoh lain, Grace seorang Direktur Markerting dapat memimpin produk Hansaplast menyingkirkan pesaing utamanya dengan modal keinginan untuk selalu maju, kreatif, mengembangkan pola pikir terbuka yang kesemua itu didapat dari kursus dan pelatihan yang diikutinya yang menanamkan ide-ide baru, persaingan, agresif, dan kerja sama. **SITUASI** : kepribadian seorang individu walaupun umumnya stabil dan konsisten, justru berubah dalam situasi-situasi yang berbeda. Variasi situasi yang berbeda menimbulkan aspek yang berbeda dari kepribadian seseorang.

Ciri-ciri yang diperlihatkan seseorang dalam sejumlah besar kondisi situasional yang disebut dengan watak. Maka beberapa watak kepribadian seperti tertutup/kurang bergaul, kurang cerdas, suka berpetualang, sensitive, imajinatif, percaya diri, tegang, berhati-hati dan lain-lain , dapat dikelompokkan dan membentuk tipe kepribadian tertentu . Pengelompokkan tipe kepribadian yang cukup populer (Makmuri, 2005 : 87) adalah tipe kepribadian “ Introversi dan Ekstroversi “, dengan derajat kecemasan tinggi atau rendah yaitu :

	Kecemasan tinggi	Kecemasan rendah
Ekstrovert	Tegang, mudah terpacu, kurang stabil, hangat, mudah bergaul, ketergantungan sosial.	Tenang, percaya diri, mudah percaya, mudah adaptasi, hangat, mudah bergaul, ketergantungan sosial.
Introvert	Tegang, mudah terpacu, kurang stabil, dingin dan pemalu	Tenang, percaya diri, mudah percaya, mudah adaptasi, kalem, dingin, pemalu

Ada lima besar model kepribadian yang melandasi dan meliputi sebagian besar variasi yang signifikan dalam kepribadian manusia adalah Myers-Briggs Type Indicator /MBTI (Robbins, 2003 : 125), yaitu : (1) Extraversi : kepribadian yang menggambarkan seseorang yang mampu bersosialisasi, suka berkumpul dan tegas, (2) Mampu bersepakat : kepribadian yang menggambarkan seseorang yang baik hati, bisa bekerja sama dan percaya orang, (3) Sifat hati-hati : kepribadian yang menggambarkan seseorang yang

bertanggung jawab, dapat diandalkan, gigih dan terorganisasi, (4) Stabilitas emosional : kepribadian yang mencirikan seseorang yang tenang, percaya diri, kokoh lawannya gugup, tertekan, (5) Terbuka terhadap pengalaman : kepribadian yang mencirikan seseorang yang imajinatif, artistic, sensitive dan intelektual.

Beberapa karakteristik kepribadian yang bisa digunakan untuk meramalkan perilaku manusia dalam organisasi atau perusahaan, menurut Mahmuri (2005 : 87-88) adalah pusat kontrol pribadi seseorang, orientasi keberhasilan, otoriterisme, machiavelianisme, harga diri, pengawasan diri, dan keberanian mengambil resiko. Dari ciri-ciri atau karakteristik kepribadian seseorang dalam perusahaan tersebut maka akan dapat menjembatani hubungan antara tipe kepribadian tertentu dengan jenis pekerjaan . Tipe kepribadian berpengaruh terhadap prestasi kerja. Dan untuk jenis pekerjaan tertentu, yang melibatkan banyak interaksi dan komunikasi dengan orang lain dan negoisasi perilaku tipe extrovert merupakan penentu keberhasilan lebih besar dari perilaku introvert.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tipe kepribadian pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo. Dan manfaat dari penelitian ini adalah dapat digunakan sebagai bahan informasi penelitian selanjutnya terutama pada pengembangan sumber daya manusia, dapat membantu memberikan informasi dalam upaya menentukan kebijakan peningkatan kinerja dan strategi pengembangan pegawai bidang pemasaran.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini adalah pada Bank XY di Ponorogo baik di kantor pusat, cabang maupun kantor kas di Ponorogo. Populasi yang dijadikan obyek penelitian pada seluruh pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo, sejumlah 27 orang pegawai. Teknik pengambilan sampel adalah sensus/total sampling, menurut Arikunto (2002 : 12) apabila subyek atau populasi kurang dari 100 maka lebih baik diambil seluruhnya, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Dalam penelitian ini ada dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode

“angket atau kuisioner” dan didukung dengan wawancara secara langsung yang diisi oleh pegawai pemasaran Bank XY sebagai responden penelitian. Jenis pertanyaan yang diajukan dalam angket atau kuisioner adalah jenis pertanyaan tertutup, yaitu peneliti telah menyediakan pilihan jawaban sehingga responden hanya memilih jawaban yang telah disediakan dan jenis pertanyaan terbuka, yaitu peneliti tidak menyediakan pilihan jawaban terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan mengumpulkan data dari sumber lain (selain responden) yang diperoleh dari kajian-kajian bacaan atau mempelajari dari buku-buku atau tulisan yang berhubungan dengan pokok bahasan.

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, maka metode analisis data dengan menggunakan metode *Analisis Deskriptif Kuantitatif*, yaitu peneliti menampilkan angka-angka, gambar atau table yang dapat menggambarkan dan menjelaskan kondisi riil lapangan berdasarkan hasil pengumpulan data. Tampilan data hasil penelitian ini yang berupa angka-angka, gambar atau table tersebut akan dilakukan analisis secara deskriptif, yaitu dengan memberikan uraian-uraian atau penjelasan-penjelasan sehingga mampu memberikan gambaran secara riil tentang kondisi di lapangan.

Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif menurut Bungin (2005 : 36) bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variable yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengangkat ke permukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun variable tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo baik di kantor Pusat, kantor Cabang maupun di kantor Kas. Setelah dilakukan pengumpulan data ternyata data yang terkumpul sebagai responden sebanyak 27 (dua puluh tujuh) pegawai. Berdasarkan hasil pengumpulan data diperoleh data-data sebagai berikut :

1. Identitas pegawai pemasaran Bank XY berdasarkan umur

Berdasarkan Tabel 1 berikut ini memperlihatkan distribusi atau penyebaran umur pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo. Responden dengan umur 24 tahun sampai 30 tahun sebanyak 55 %, sedangkan yang berumur 31 sampai 35 tahun

sebanyak 37 %, dan yang berumur lebih dari 36 tahun sebanyak 8 %. Hal ini menunjukkan bahwa umur pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo secara keseluruhan termasuk dalam usia produktif, tentunya memiliki semangat kerja yang tinggi. Sehingga hal ini memiliki makna bahwa pegawai pemasaran memiliki tingkat semangat kerja yang tinggi.

Tabel 1 Umur Responden Bank XY di Ponorogo

No	Umur (tahun)	Jumlah	Prosentase
1	24 – 30	15	55 %
2	31 – 35	10	37 %
3	>36	2	8 %
	Jumlah	27	100 %

Data primer diolah, 2008.

2. Identitas pegawai pemasaran Bank XY berdasarkan tingkat pendidikan

Berdasarkan Tabel 2 dibawah ini dapat dilihat bahwa jenjang pendidikan pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo sebagian besar 63 % adalah sarjana S1. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pegawai pemasaran sebagian besar sudah cukup memenuhi . Untuk tingkat SLTA sebanyak 30 %, dan yang paling sedikit yaitu sarjana muda/D3 adalah 7 %.

Tabel 2 Tingkat Pendidikan Responden Bank XY di Ponorogo

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	SLTA	8	30 %
2	Sarjana Muda / D3	2	7 %
3	Sarjana / S1	17	63 %
	Jumlah	27	100%

Sumber : Data primer diolah, 2008

3. Identitas pegawai pemasaran Bank XY berdasarkan masa kerja

Dari Tabel 3 berikut ini berdasarkan lamanya responden bekerja, lama bekerja kurang dari 5 tahun ternyata memiliki prosentase yang paling banyak yaitu 48 % pegawai, sehingga sebagian besar responden masih relatif baru dalam pengalaman bekerja di Bank XY di Ponorogo.

Tabel 3 Masa Kerja Responden Bank XY di Ponorogo

No	Masa Kerja	Jumlah	Prosentase
1	< 5 tahun	13	48%
2	6-10 tahun	8	30 %
3	11-17 tahun	6	22%
	Jumlah	27	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2008

4. Identitas pegawai pemasaran Bank XY berdasarkan pelatihan

Tabel 4 menunjukkan bahwa 63 % responden telah mengikuti berbagai pelatihan, sedangkan 37 % belum mengikuti pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa 63 % pegawai telah mendapat pengembangan kemampuan dan ketrampilan, sehingga tentunya motivasi untuk meraih prestasi kerja dapat meningkat. Jenis pelatihan yang pernah diikuti responden antara lain :

1. Toward service excellent
2. Selling skill
3. Manajemen pemasaran
4. Dasar-dasar perbankan bagi Account Officer
5. Pelatihan mengenal uang palsu
6. Analisa kredit bermasalah
7. Manajemen stress
8. Training total comitmen
9. Analisis kredit UMKM
10. Selling culture

Tabel 4 Responden Yang Ikut Pelatihan

No	Pelatihan	Jumlah	Prosentase
1	Telah mengikuti pelatihan	17	63 %
2	Belum mengikuti pelatihan	10	37 %
	Jumlah	27	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2008

5. Karakter kepribadian pegawai pemasaran Bank XY

Pada tabel 5, menunjukkan bahwa mayoritas pegawai dari 27 responden yaitu sebanyak 17 pegawai dalam melaksanakan pekerjaan sebagai tenaga pemasaran sudah sesuai dengan kemampuan mereka, tentunya mereka sudah memiliki tingkat pendidikan yang mencukupi, pengalaman bekerja yang didukung juga program pelatihan yang sudah diserap para pegawai.

Tabel 5 Diskripsi Jawaban Responden : Kemampuan Tugas

	Frekuensi	Prosentase
Sangat sesuai kemampuan	4	14,8
Sesuai kemampuan	17	63
Kurang sesuai kemampuan	6	22,2
Jumlah	27	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2008

Pada tabel 6, bahwa mayoritas pegawai yaitu sebanyak 16 pegawai menunjukkan keyakinan para pegawai pemasaran dalam mencapai tujuan pemasaran adalah tinggi karena dapat ditempuh dengan berbagai cara. Tujuan pemasaran yang telah ditetapkan perusahaan mampu memberikan keyakinan bahwa hal tersebut dapat ditempuh dengan berbagai cara.

Tabel 6 Diskripsi Jawaban Responden : Machiavelianisme

	Frekuensi	Prosentase
Sangat tinggi	5	18,5
Tinggi	16	59,3
Rendah	6	22,2
Jumlah	27	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2008

Pada tabel 7, dari 27 responden menunjukkan bahwa sebagian besar pegawai yaitu sebanyak 19 pegawai memiliki keyakinan bahwa tugas dengan tingkat kesulitan akan memberikan tantangan untuk mencapai keberhasilan itu, yang dalam hal ini

berarti pegawai pemasaran memiliki tuntutan keberhasilan yang tinggi dengan adanya derajat tantangan yang ada.

Tabel 7 Diskripsi Jawaban Responden : Orientasi Keberhasilan

	Frekuensi	Prosentase
Sangat tinggi	3	10,7
Tinggi	19	67,9
Rendah	5	17,9
Jumlah	27	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2008

Pada tabel 8, dari 27 responden menunjukkan bahwa mayoritas pegawai yaitu sebanyak 23 pegawai memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi. Hal ini berarti mereka mampu menyesuaikan perilakunya terhadap factor-faktor luar yang situasional, mereka mampu menyesuaikan perilakunya dalam tugas pemasaran dengan perilaku para nasabah dan calon nasabahnya. Sedangkan 4 pegawai memiliki kemampuan adaptasi yang sangat tinggi, artinya mereka selalu dapat menyesuaikan perilakunya dengan nasabah dan calon nasabah dengan baik.

Tabel 8 Diskripsi Jawaban Responden : Pemantauan diri

	Frekuensi	Prosentase
Sangat tinggi	4	14,3
Tinggi	23	82,1
Jumlah	27	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2008

Tipe kepribadian pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo mayoritas adalah terbuka atau extrovert. Hal ini dapat ditunjukkan dari keyakinan dalam melaksanakan tugas pemasaran yang dapat ditempuh dengan berbagai cara, tingkat kesulitan pekerjaan menjadi tantangan mereka untuk mencapai keberhasilan karena para pegawai pemasaran Bank XY sebagian besar memiliki tuntutan keberhasilan yang tinggi. Kepribadian yang sangat mendukung terhadap tipe kepribadian extrovert dapat ditunjukkan oleh para pegawai pemasaran ini yaitu mayoritas pegawai pemasaran memiliki kemampuan

adaptasi yang tinggi, mereka mampu berinteraksi dan menyesuaikan perilakunya dengan para nasabah dan calon nasabah. Hal ini sesuai yang dikemukakan Robbins (2003:126) bahwa posisi bagian penjualan menuntut interaksi sosial yang tinggi dan keterbukaan terhadap pengalaman menjadi penting dalam pekerjaan.

Tipe kepribadian pegawai pemasaran pada suatu lembaga perbankan ini sudah sangat sesuai dengan bidang pekerjaan karena berkaitan langsung dan membutuhkan komunikasi, kemampuan bersosialisasi, negoisasi, interaksi dengan orang lain yaitu nasabah atau calon nasabah dalam upaya menyampaikan informasi dan transaksi produk-produk perbankan.

Menganalisa kinerja sebagai bentuk ukuran hasil kerja seorang pegawai secara kualitas maupun kuantitas pada waktu tertentu yang pastinya akan dilakukan oleh setiap perusahaan, tentunya akan langsung berhubungan dengan perilaku individu pegawai dalam perusahaan sehingga menghasilkan kinerja yang diharapkan perusahaan. Hal ini akan langsung berhadapan dengan variable-variabel yang mempengaruhi perilaku individu pegawai dalam perusahaan. Seperti disampaikan Gibson (1996: 123) perilaku seorang pegawai dipengaruhi berbagai variable lingkungan dan banyak factor individual, pengalaman dan kejadian. Variabel individual ini seperti kepribadian, pengalaman dan kecakapan. Walaupun kepribadian seseorang dipengaruhi oleh beberapa hal seperti keturunan, lingkungan dan situasi, tetapi dari teori pembelajaran (Mahmuri, 2005 : 96) disampaikan bahwa seseorang dapat memiliki jenis /tipe kepribadian tertentu dengan diberikan rangsangan/stimulus, sehingga akan menghasilkan perilaku individu untuk dapat dimotivasi menuju pencapaian kinerja yang diharapkan perusahaan. Tentunya jenis-jenis pekerjaan memiliki tuntutan yang berbeda terhadap para pegawai yang juga memiliki kemampuan kerja sesuai tuntutan jenis-jenis pekerjaan masing-masing.

Kepribadian yang merupakan gabungan dari semua cara di mana individu bereaksi dan berinteraksi dengan orang-orang lain (Makmuri, 2005:84) adalah salah satu factor yang mempengaruhi perilaku individu pegawai di tempat kerja. Kebutuhan pekerjaan dapat menjembatani hubungan antara pemilikan tipe kepribadian tertentu dengan prestasi kerja, seperti yang disampaikan Holland : 1985 dalam Makmuri tentang teori penyesuaian kepribadian dengan pekerjaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, maka dapat disimpulkan : (1) Tipe kepribadian pegawai pemasaran Bank XY di Ponorogo mayoritas adalah terbuka atau extrovert. Hal ini dapat ditunjukkan dari keyakinan dalam melaksanakan tugas pemasaran yang dapat ditempuh dengan berbagai cara, tingkat kesulitan pekerjaan menjadi tantangan mereka untuk mencapai keberhasilan karena para pegawai pemasaran Bank XY sebagian besar memiliki tuntutan keberhasilan yang tinggi. (2) Kepribadian yang sangat mendukung terhadap tipe kepribadian extrovert dapat ditunjukkan oleh para pegawai pemasaran ini yaitu mayoritas pegawai pemasaran memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi, mereka mampu berinteraksi dan menyesuaikan perilakunya dengan para nasabah dan calon nasabah. Posisi bagian penjualan menuntut interaksi sosial yang tinggi dan keterbukaan terhadap pengalaman menjadi penting dalam pekerjaan.

Sedangkan saran yang dapat diberikan antara lain : (1) mengingat pentingnya pegawai pemasaran yang bisa dianggap sebagai urat nadi kemajuan perusahaan maka pengembangan sumber daya manusia pegawai bagian pemasaran amatlah penting untuk lebih diperhatikan & ditingkatkan. Antara lain dengan meningkatkan dan mengembangkan kepribadian pegawai melalui berbagai bentuk pelatihan dan diklat kepribadian atau perilaku yang relevan, dapat juga seperti pelatihan bentuk ESQ, pelatihan *power motivation*, *golden way*, dan lain-lain (2) untuk peneliti selanjutnya dapat dikembangkan beberapa jenis pekerjaan lain dengan tipe kepribadian yang dapat dikaji dan diteliti lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi, 2002, **Prosedur Penelitian**, Rineka Cipta, Jakarta.
- Burhan Bungin, 2008, **Metodologi Penelitian Kuantitatif** Edisi Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- James L. Gibson, 1996, **Organisasi Perilaku, Struktur dan Proses**, Edisi Kedelapan, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Makmuri Muchlas, 2005, **Perilaku Organisasi**, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Stephen Robbins, 2003, **Perilaku Organisasi** Jilid 1, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.