



## ***The Big Five Personality, Pemetaan Kepribadian Pengusaha UMKM Untuk Meningkatkan Inovasi UMKM Di Kota Pangkalpinang***

**Hamsani Hamsani <sup>1)</sup>**  
**Dony Yanuar <sup>2)</sup>**  
**Dian Prihardini Wibawa <sup>3)</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung, Bangka, Indonesia

<sup>1)</sup>hamsani\_babel@yahoo.com

<sup>2)</sup>dhonibanka@yahoo.co.id

<sup>3)</sup>dianpw.mustafa@gmail.com

### ***Abstract***

*MSMEs in Bangka Belitung Islands Province experienced several obstacles in developing their MSMEs. Data for 2018 shows that the number of MSMEs in Bangka Belitung Kepulauan Province has decreased dramatically. The decreasing number of MSMEs from active to inactive, because these MSMEs are less able to survive in the increasingly fierce competition, so only MSMEs that survive are MSMEs that have creations and innovations according to needs of community Weak dimensions in the big five personality reflecting the unpreparedness of SMEs to compete and synergize. This study wants to see how the objective conditions dimensions big five personality SMEs in City of Pangkalpinang. The sample of study was Pangkal Pinang City SMEs practitioners with quantitative research methods processed from results of questionnaires. results of study showed that Openness to experience, Conscientiousness, Extroversion, and Agreeableness, had a positive and significant effect on increasing MSMEs in Pangkalpinang City, while Neuroticism had a negative and significant effect on increasing MSMEs in Pangkalpinang City.*

*Keywords: SMEs; innovative; big five personality*

### **PENDAHULUAN**

Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangatlah strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia. UMKM diharapkan dapat berkontribusi langsung terhadap perekonomian masyarakat di kalangan bawah. Paling tidak tiga fungsi UMKM yang dipandang sangat bermanfaat bagi masyarakat kecil, yaitu: *pertama*, sebagai alat untuk mengurangi angka kemiskinan sehingga UMKM mampu menyerap banyak tenaga kerja. Data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2011 mengungkapkan bahwa lebih dari 55,2 juta unit UMKM berhasil menghimpun sekitar 101,7 juta orang. *Kedua*, mampu menyeimbangkan tingkat perekonomian rakyat kecil karena lokasi UMKM tersebut dapat ditemukan di berbagai tempat. *Ketiga*, sebagai sumber devisa bagi negara. (Kementerian Koperasi dan UKM, 2017)

Namun tidak mudah bagi UMKM dalam memainkan dan mengembangkan perannya dalam kancah perekonomian Indonesia. Banyak permasalahan dan kendala



bagi UMKM dalam mengembangkan perannya. Nelsy (2017) mengungkapkan terdapat beberapa permasalahan UMKM di Indonesia yaitu: 1) permodalan, minimnya jumlah modal yang dimiliki pada umumnya UMKM di Indonesia, bahkan masih banyak UMKM belum tersentuh oleh sektor perbankan dalam hal bantuan/pinjaman permodalan. Beban UMKM semakin berat tatkala UMKM beralih ke lembaga keuangan mikro; 2) Distribusi barang, banyak produk dari UMKM menumpuk di gudang karena tidak laku, bukan karena rendahnya kualitas tetapi UMKM tersebut tidak/belum memiliki *channel* untuk memasarkan produknya. 3) Memasarkan produk via *online*. Masih sangat terbatas jumlah pelaku UMKM yang menggunakan *via online* dalam menawarkan produknya ke calon konsumen. Hal tersebut disebabkan belum begitu populernya memasarkan produk *via online* terutama di sebagian UMKM di daerah pedesaan dan juga tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan dalam penguasaan teknologi berbasis android.

Begitu juga dengan UMKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung juga mengalami beberapa kendala dalam mengembangkan UMKMinya. Seperti yang pernah dirilis dalam <http://www.bsn.go.id/main/berita/>, bahwa ada beberapa karakteristik dan permasalahan dalam pengembangan UMKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, antara lain: pebisnis UMKM dominan menjalankan usahanya sekedar untuk bertahan hidup, penghasila rendah, legalitas kurang lengkap, lokasi usaha kurang strategis, rendahnya kompetensi, dan produktivitas, tampilan produk kurang menarik, ditambah lagi dengan belum memiliki sertifikasi halal dan SNI.

Kendala-kendala tersebut signifikan dengan semakin berkurangnya jumlah UMKM aktif di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Data tahun 2018 menunjukkan jumlah UMKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung mengalami menurun drastis kecuali UMKM Kabupaten Bangka dan Bangka Selatan yang mengalami peningkatan yang dapat mencapai puluhan kali lipat. Data berikut menunjukkan pertumbuhan UMKM di Kabupaten/Kota di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Tabel 1. Pertumbuhan UMKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Tahun 2018

Kab/Kota	Tahun 2017	Tahun 2018 (16 Feb 2018)
Pangkalpinang	17.308	10.000
Bangka	3.617	52.000
Belitung	20.491	16.881
Bangka Tengah	39.754	21.515
Bangka Barat	23.813	22.731
Bangka Selatan	6.593	47.122
Belitung Timur	18.891	10.260
<b>Jumlah</b>	<b>130.467</b>	<b>180.509</b>

Sumber Data : Kabupaten/Kota Prov. Kep. Babel

Tabel 1. di atas menunjukkan bahwa secara rata-rata, UMKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung secara kuantitas masih mengalami peningkatan



sekitar 38,4%, namun untuk Kota Pangkalpinang, Kabupaten Belitung, Bangka Tengah, Bangka Barat dan Kabupaten Belitung Timur mengalami penurunan yang cukup tinggi, seperti Kota Pangkalpinang, penurunannya mendekati 43% dan Bangka Tengah sekitar 46%. Sedangkan untuk kabupaten lainnya penurunan yang terjadi tidak setinggi yang dialami oleh Kota Pangkalpinang dan Bangka Tengah.

Menurunnya jumlah UMKM dari yang aktif menjadi tidak aktif, karena UMKM tersebut kurang mampu bertahan dalam kancah persaingan yang semakin ketat, sehingga hanya UMKM yang *survive* adalah UMKM yang memiliki kreasi dan inovasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Ketidakmampuan menciptakan kreasi dan inovasi karena diduga mayoritas pelaku UMKM kurang memiliki sifat *Open to experience*, yaitu kurang menyukai hal-hal yang baru, tantangan dan kurang berani mengambil risiko serta keingintahuan yang rendah; *Conscientiousness*, menunjukkan tingkat ketekunan dan motivasi dalam upaya mencapai tujuan. Sebagai lawannya menilai apakah individu termasuk individu yang malas, ketergantungannya pada orang lain tinggi dan tidak rapi. Seseorang yang mempunyai skor rendahnya di dimensi *agreeableness*, menunjukkan lemahnya upaya dalam meningkatkan kerjasama dan menjalin hubungan dengan pihak lain terutama mitra bisnis; sedangkan individu yang memiliki sifat *introvert*, cenderung para pelaku UMKM akan menutup diri dan kurang supel.

Lemahnya dimensi-dimensi yang terdapat dalam *the big five personality* mencerminkan ketidaksiapan para pelaku UMKM untuk bersaing dan bersinergis. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah kondisi obyektif dari dimensi *the big five personality* pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang?
2. Benarkah UMKM di Kota Pangkalpinang memiliki *openness to experience* yang rendah?
3. Dimensi yang mana sajakah dari *the big five personality* yang berpengaruh terhadap inovasi pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang?

## TELAAH PUSTAKA

### Definisi UMKM

Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia juga memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang (BPS, 2015) Menurut *The Commission of The European Communities* pada tanggal 6 mei 2003, Kategori usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terdiri dari perusahaan yang mempekerjakan kurang dari 250 orang dan memiliki omset tahunan tidak melebihi EUR 50 juta, dan / atau jumlah neraca tahunan tidak melebihi EUR 43 juta. Kemudian, dalam kategori UKM, usaha kecil didefinisikan sebagai perusahaan yang mempekerjakan kurang dari 50 orang dan omset tahunan dan/atau jumlah neraca tahunannya tidak melebihi EUR 10 juta. Sedangkan, dalam kategori UKM, usaha mikro didefinisikan sebagai perusahaan yang mempekerjakan kurang dari 10 orang dan omset tahunan dan / atau jumlah neraca tahunannya tidak melebihi EUR 2 juta.



### ***The big five personality***

*Big Five Personality* adalah suatu pendekatan yang digunakan dalam psikologi untuk melihat kepribadian manusia melalui *trait* yang tersusun dalam lima buah domain kepribadian yang telah dibentuk dengan menggunakan analisis faktor (Costa & McCrae, 1992). Begitu juga dengan pendapat Bove dan Mitzifiris (2007), terdapat lima dimensi kepribadian yang meliputi: *conscientiousness*, *emotional stability*, *openness to experience*, *agreeableness*, dan *extroversion*. Lain halnya dengan Deyung *et al* (2010), dimensi kepribadian hanya memiliki 3 dimensi saja yaitu: *emotionaly*, *activity* dan *sociability factor*.

Hampir sama dengan pendapat Costa & McCrae, Landy dan Conte (2004), mencetuskan *five factor model* menampilkan lima kepribadian yang berbeda, namun jika diaplikasikan secara bersama akan memberikan gambaran yang sebenarnya bagaimana kondisi kepribadian seseorang dalam memberikan respon pada suatu situasi atau pada orang lain. Komponen tersebut terdiri dari *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, *neuroticism*, *openness to experience*. Allport berpendapat bahwa kepribadian adalah organisasi dinamis dalam individu, dari sistem psikofisik yang menentukan penyesuaian yang unik terhadap lingkungannya (Feist, 2010). Pendapat lainnya ditemukan oleh McCrae dan R.R (2011), yang berpendapat bahwa kepribadian adalah karakteristik yang menetap dalam diri seseorang yang menggambarkan perilaku individu, yang digunakan untuk berinteraksi dengan lingkungannya. Kepribadian merupakan keseluruhan cara dimana seseorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu lain. Kepribadian paling sering dideskripsikan dalam istilah sifat yang bisa diukur yang ditunjukkan oleh seseorang (Robbins *et al*, 2011).

Dimensi kepribadian (*personality*), dikutip dari Costa & McCrae (1992), yang terkenal dengan nama *the big five personality* yaitu sebagai berikut:

1. *Neuroticism*, *trait* ini menggambarkan tingkat kestabilan emosi seseorang, apakah mudah stres, memiliki ide-ide yang tidak realistis. Seseorang dengan kemantapan emosional positif cenderung berciri tenang, bergairah dan aman, sebaliknya mereka yang skornya negatif tinggi cenderung tertekan, gelisah dan tidak aman.
2. *Extraversion*, mengukur kuantitas dan besarnya intensitas interaksi individu, aktivitas, kebutuhan untuk didukung, semangat untuk berbahagia. Dimensi ini menunjukkan tingkat kesenangan seseorang akan hubungan dengan orang lain. Golongan ekstravert cenderung ramah, terbuka memiliki waktu luang untuk menciptakan dan menjaga hubungan antar sesama, sementara lawannya adalah kaum introvert.
3. *Openness to experience*, menilai tingkat keingintahuan seseorang terhadap ilmu pengetahuan, inovasi, teknologi atau hal-hal yang baru, sehingga yang memiliki *openness to experience* tinggi, akan cenderung menjadi imajinatif, sensitif dan intelek.
4. *Agreeableness*, dimensi ini menilai tingkat kepatuhan, rela berkorban, mementingkan kebersamaan dan mengabaikan kepentingan individu demi menghormati harmonisasi sehingga seseorang yang memiliki skor *agreeableness*-nya tinggi pada orang lain, akan melahirkan sikap peduli dan kooperatif.



5. *Conscientiousness*, dimensi terakhir ini menunjukkan tingkat ketekunan, motivasi dan semangat seseorang dalam organisasi, sehingga berupaya untuk tidak selalu memiliki ketergantungan pada orang lain, dan lebih percaya dan mendengar kata hati daripada orang serta bertanggung jawab.

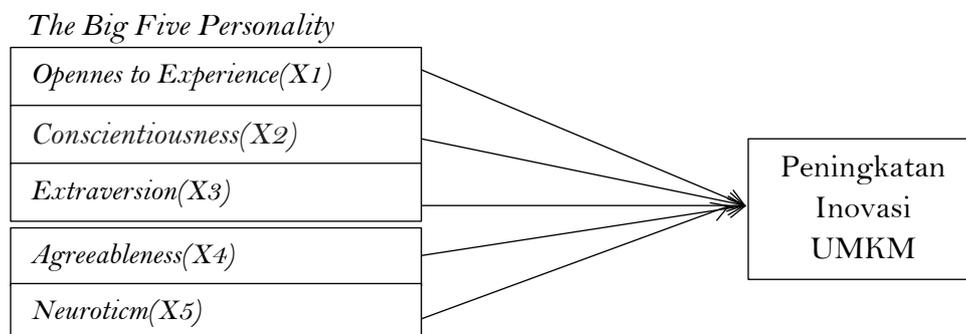
### Inovatif

Menurut Rogers dalam LAN (2007:116) mengatakan bahwa inovasi mempunyai atribut sebagai berikut:

1. Keuntungan Relatif  
Tambahkan keunggulan dan nilai merupakan satu ciri sebuah inovasi jika dibandingkan dengan inovasi sebelumnya sehingga inovasi identik dengan kebaruan
2. Kesesuaian  
Sifat utama dari inovasi adalah adanya kesesuaian antara inovasi baru dengan inovasi penggantinya. Selain itu, inovasi harus memiliki kemudahan untuk proses adaptasi terhadap inovasi secara lebih cepat.
3. Kerumitan  
Pada dasar inovasi harus identik dengan kemudahan dan kenyamanan. Namun kenyataan, terkadang sulit untuk menghindari kerumitan untuk sebuah inovasi.
4. Kemungkinan Dicoba  
Inovasi baru harus dapat memberi manfaat dan kualitas lebih jika dibandingkan dengan inovasi sebelumnya, oleh karena itu, inovasi baru harus dapat diuji-coba dan mampu memberi bukti kelebihanannya kepada masyarakat.
5. Kemudahan diamati  
Inovasi bukanlah hal yang abstrak, sehingga cara bekerjanya dapat diamati dan dicermati.  
Dari ciri-ciri yang dimiliki oleh suatu inovasi, maka dapat kita simpulkan bahwa inovasi sebenarnya merupakan suatu hasil temuan baru yang memiliki keunggulan dan keunikan serta manfaat lebih besar dari penemuan sebelumnya.

### Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dari penelitian ini terlihat pada gambar 1. berikut :



Gambar 1: Kerangka Pemikiran



### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di muka, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : *Opennes to experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang
- H2 : *Conscientiousness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang
- H3 : *Extraversion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang
- H4 : *Agreeableness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang
- H5 : *Neuroticm* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang

### METODE PENELITIAN

#### Lokasi dan Waktu

Penelitian dilakukan pada lokasi yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu Kota Pangkalpinang. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2019.

#### Metode Pengambilan Data

Penentuan responden pelaku UMKM dilakukan berdasarkan informasi yang diperoleh dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung melalui situs <http://kukmbabelprov.go.id/profilusaha>. Penarikan sampel selanjutnya dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016), dengan pertimbangan bahwa sebelumnya peneliti sudah mengetahui situasi dan kondisi populasi serta telah memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel penelitian.

**Tabel 2. Pelaku UMKM Pangkalpinang**

No.	Kecamatan	Jumlah UMKM	Sampel
1.	Bukit Intan	763	8
2.	Taman sari	772	8
3.	Pangkalbalam	517	5
4.	Rangkui	1.000	11
5.	Gerunggang	685	7
6.	Gabek	706	7
7.	Girimaya	338	4
	Jumlah	4.781	50

Sumber : Disperindagkop UMKM, diolah, 2019

#### Metode Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Selain itu, untuk memetakan kondisi permasalahan yang dihadapi serta mendesain strategi yang sesuai, digunakan beberapa alat analisis yang sesuai, antara lain adalah:



1. Analisis Deskriptif Kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati (Ferdinand, 2014). Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi UMKM berdasarkan kondisi obyektif beberapa jenis usaha yang ada di Kota Pangkalpinang.
2. Analisis Deskriptif Kuantitatif, sesuai dengan namanya, deskriptif hanya akan mendeskripsikan keadaan suatu gejala yang telah direkam melalui alat ukur kemudian diolah sesuai dengan fungsinya (Ghozali, 2016). Hasil pengolahan tersebut selanjutnya dipaparkan dalam bentuk angka-angka sehingga memberikan suatu indikasi untuk mengetahui dimensi mana yang paling dominan yang dimiliki oleh para pelaku UMKM dari *the big five personality* serta sejauh mana dimensi tersebut berpengaruh terhadap sikap inovatif pelaku UMKM yang ada di Kota Pangkalpinang.

Untuk memberikan skor pada masing-masing dimensi menggunakan ketentuan sebagai berikut:

- a. Penentuan skor skala *likert*  
Penelitian ini menggunakan skala *likert* 4 poin (rendah sekali, rendah, cukup, tinggi).
- b. Penentuan skor terendah dan tertinggi  
Penilaian hasil kuesioner terendah 1 (satu) dan skor tertinggi 4 (empat)
- c. Penentuan jarak (interval) antara nilai terendah dan nilai tertinggi.  
Untuk memperoleh besarnya internal antara nilai terendah dan tertinggi, dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah klasifikasi}}$$

Kita ketahui bahwa nilai tertinggi adalah 4 dan terendah adalah 1, sedangkan jumlah klasifikasi adalah 4 (rendah sekali, rendah, cukup, tinggi), maka berdasarkan rumus di atas, besarnya interval adalah:

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

- d. Memasukkan interval ke dalam masing-masing klasifikasinya  
Hasil pemasukan interval akan nampak seperti berikut ini:

Tabel 3. Range Nilai

Range Skor	Keterangan
1,00 – 1,75	Rendah Sekali
>1,75 – 2,50	Rendah
>2,50 – 3,25	Cukup
>3,25 – 4,00	Tinggi

Sumber : Sugiono, 2019



Ketentuan penilaian tersebut berlaku umum untuk semua variabel dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Profile Responden berdasarkan nilai aset

Penelitian ini fokus kepada Usaha Mikro Kecil Menengah khususnya usaha kecil yang ada di Kota Pangkalpinang (7 kecamatan). Karena tergolong usaha mikro dan kecil. Berikut tabel yang menunjukkan katagori pengusaha UMKM berdasarkan jumlah aset yang dimiliki.

Tabel 4. Katagori Responden Berasarkan Nilai Aset

No.	Katagori Usaha	Jumlah Pengusaha	Prosentase
1.	Mikro (aset maksimal 50 juta)	20	40%
2.	Kecil (aset > 50 juta-500 juta)	25	50%
3	Menengah aset (> 500 juta)	5	10%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari tabel tersebut di atas, responden yang tergolong pengusaha kecil paling banyak yaitu 25 pengusaha (50%), pengusaha mikro 20 orang (40%) dan hanya 10% atau 10 orang saja yang tergolong pengusaha menengah.

### Kondisi *the big five personality* UMKM di Kota Pangkalpinang

*The big five personality* adalah suatu pendekatan kepribadian dengan menggunakan lima abstrak dimensi kepribadian yang terdiri dari *Openness to experience*, *Conscientiousness*, *Extroversion*, *Agreeableness* dan *Neuroticism* yang disingkat menjadi OCEAN. Tabel berikut menggambarkan kondisi *The big five personality* para pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang.

Tabel 5. Skor Perdimensi *The big five personality* Pelaku UMKM Kota Pangkalpinang

No.	Dimensi <i>The big five personality</i>	Skor	Keterangan
1.	<i>Openness to experience</i>	3,11	Cukup
2.	<i>Conscientiousness</i>	3,26	Tinggi
3.	<i>Extroversion</i>	3,01	Cukup
4.	<i>Agreeableness</i>	3,24	Cukup
5.	<i>Neuroticism</i>	3,26	Tinggi
	Rata-rata	3,18	Cukup

Sumber : Data Primer, diolah 2019.

### *Openness to experience*

*Openness to experience*, menilai usaha pelaku UMKM secara proaktif untuk membuka diri terhadap hal-hal baru terutama hal-hal yang dapat meningkatkan



keahlian, pengetahuan dan kemampuannya dalam rangka mengembangkan usaha. Semua keahlian, keahlian dan kemampuan yang dimiliki oleh para pelaku UMKM tersebut diharapkan mampu meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam pengembangan usaha.

Tabel 5 menunjukkan bahwa skor *opennes to experience* adalah sebesar 3,11 (cukup), atau kalau kita terjemahkan lebih jauh cukup membuka diri terhadap hal-hal baru. “Cukup”, dalam kamus bahasa Indonesia antara lain artinya “lumayan” atau “sedang”. Jika dikaitkan dengan sikap *opennes to experience*, maka para pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang belum sepenuhnya membuka diri terhadap hal-hal baru, kurang menyukai tantangan, tidak membuka diri sepenuhnya terhadap pengetahuan, kurang berminat untuk mengikuti latihan dan seminar untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian. Mereka sudah “cukup” puas dengan apa yang mereka terima dan dapatkan selama ini. Mereka “cukup” bahagia dan bangga dengan kondisi perkembangan usaha mereka.

### ***Conscientiousness***

Menilai kemampuan ketekunan dan motivasi individu dalam mencapai tujuan dengan mengurangi tingkat ketergantungan dengan orang lain. Selain itu, *conscientiousness* juga mengukur tingkat keaktifan, kefokuskan dan ketelitian, sehingga jika seseorang pengusaha memiliki skor *conscientiousness* yang rendah, maka pengusaha tersebut tidak proaktif, kurang tekun, dan kurang tegas serta cenderung tidak mengikuti kata hatinya untuk bertindak dan dalam pengambilan suatu keputusan.

Berdasarkan tabel 5 di atas, maka dapat kita ketahui bahwa dimensi *conscientiousness* sebesar 3,26 (tinggi), sehingga dapat kita katakan bahwa para pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang memiliki tingkat keaktifan yang tinggi, lebih teliti dan serta tegas dalam pengambilan keputusan.

### ***Extroversion***

Dimensi ketiga dari *the big five personality* adalah menunjukkan tingkat interaksi seseorang terhadap orang lain dan lingkungannya. *Extroversion* memiliki dua kriteria, *extrovert* untuk kelompok yang membuka diri dan lebih supel sedangkan lawannya *introvert*, *introvert*, yaitu kaum yang lebih suka menutup diri dan suka menyendiri. Pengusaha UMKM yang memiliki sifat *extrovert* berarti pengusaha tersebut cenderung ramah dan terbuka serta menyedikakan waktu cukup luang menjaga hubungan baik dengan para pelanggan dan relasi. Namun pengusaha UMKM yang tergolong ke dalam kaum *introvert* kurang menyukai interaksi yang berlebihan kepada relasi atau mitra, mereka kurang supel dan lebih serius.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditunjukkan oleh table 5 di muka, para pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang memiliki skor sebesar 3,01(cukup). Kalau kita kaitkan dengan perilaku UMKM, kata “cukup” mengandung makna bahwa para pelaku UMKM tidak begitu membuka diri, dan juga tidak terlalu giat untuk menjalin hubungan kerjasama dengan pihak lain atau sesama pebisnis.



### ***Agreeableness***

Dalam penelitian ini, *agreeableness* digunakan untuk menilai kualitas orientasi individu para pelaku UMKM dengan kontinum mulai dari lemah lembut sampai antagonis di dalam berpikir, perasaan dan perilaku. Dimensi ini merujuk kepada kecenderungan para pelaku UMKM untuk tunduk dan patuh terhadap aturan dan ketentuan yang berlaku khusus dalam pengelolaan usaha/bisnis. Semakin tinggi skor *Agreeableness*, menunjukkan bahwa para pelaku UMKM semakin taat, patuh dan tunduk pada undang-undang, aturan dan ketentuan yang berlaku, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang memiliki skor *Agreeableness* sebesar 3,24 (cukup). Dikaitkan dengan penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang cukup patuh, taat dan tunduk terhadap semua aturan dan ketentuan yang berlaku, serta berkenan untuk kooperatif kepada siapa saja untuk kepentingan bersama. Namun skor ini belum begitu menggembirakan, seharusnya para pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang lebih taat, patuh dan tunduk kepada aturan dan ketentuan yang berlaku demi kelancaran proses dalam menjalankan bisnis dan usaha.

### ***Neuroticism***

Dimensi terakhir dari *the big five personality* adalah *neuroticism*, yaitu mengukur tingkat kestabilan dan ketidakstabilan emosi. Dalam kajian ini, dimensi ini digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan pelaku UMKM apakah mudah mengalami stres, mempunyai ide-ide yang tidak realistis. Dimensi ini menunjukkan kemampuan para pelaku UMKM Kota Pangkalpinang dalam menampung kemampuan untuk menahan stres. Pelaku UMKM yang memiliki skor rendah, berarti para pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang memiliki kemantapan dalam emosional positif dan cenderung berciri tenang dan aman. Sementara mereka yang skornya negatif tinggi cenderung tertekan, resah dan gelisah.

Skor *neuroticism* yang dimiliki para pelaku UMKM sebesar 3,26 (tinggi), menunjukkan bahwa para pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang adalah kepribadian yang mudah stress, tidak sanggup kerja di bawah tekanan dan cenderung mudah resah dan gelisah ketika menghadapi permasalahan dalam menjalankan bisnis/usaha. Skor ini adalah skor yang tidak menggembirakan. Untuk menghadapi persaingan yang semakin tajam, diharapkan para pelaku UMKM harus tegar dan tabah dalam menghadapi tantangan dan persaingan, sehingga lebih mudah dan tenang untuk mendapatkan solusi dari setiap permasalahan.

### **Kondisi Inovasi UMKM Kota Pangkalpinang**

Terdapat 4 (empat) dimensi untuk mengukur tingkat inovatif para pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang yaitu: kemampuan menciptakan produk baru, kemampuan memodifikasi, peningkatan kualitas produk dan kemampuan menciptakan keunikan produk. Berikut skor rata-rata untuk masing-masing dimensi yang terkait dengan inovatif, ditunjukkan oleh tabel 6



Tabel 6. Skor dimensi inovatif UMKM Kota Pangkalpinang

No.	Dimensi Inovatif	Skor	Keterangan
1.	Menciptakan produk baru	3,10	Cukup
2.	Kemampuan memodifikasi	2,96	Cukup
3.	Peningkatan kualitas produk	3,18	Cukup
4.	Menciptakan keunikan produk	3,22	Cukup
	Rata-rata	3,12	Cukup

Sumber : Data Primer, diolah, 2019

### **Menciptakan produk baru**

Dimensi pertama dari sikap inovatif UMKM yaitu kemampuan para UMKM Kota Pangkalpinang untuk menciptakan produk baru. Untuk mengurangi kejenuhan pasar dan dalam rangka meningkatkan minat pasar serta sekaligus mampu memenangkan persaingan, kemampuan menciptakan produk baru sangat penting, tetapi sayangnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi ini hanya memiliki skor sebesar 3,10 (cukup). Bila dikaitkan dengan hasil penelitian ini, maka para pelaku UMKM Kota Pangkalpinang belum mampu sepenuhnya untuk menemukan suatu inovasi baru dalam penciptakan produk/jasa yang dapat menciptakan peluang pasar yang menguntungkan.

### **Kemampuan memodifikasi**

Kalau belum mampu menciptakan produk baru untuk pasar, maka seharusnya kemampuan memodifikasi perlu ditunjukkan oleh para pelaku UMKM Kota Pangkalpinang, tetapi sayang sekali, hasil penelitian memaparkan bahwa kemampuan memodifikasi suatu produk/jasa dari para pelaku UMKM Kota Pangkalpinang mengindikasikan “cukup” dengan skor sebesar 2,96 lebih rendah dari skor dimensi sebelumnya. Kemampuan memodifikasi dalam konteks persaingan sangat diperlukan, karena untuk memenangkan persaingan, para pelaku usaha UMKM tidak harus menciptakan produk baru, tetapi memodifikasi produk yang sudah ada di pasaran sehingga menambah nilai jual yang tinggi, juga merupakan langkah strategis untuk merebutkan pasar.

### **Peningkatan kualitas produk**

Ternyata dimensi ini juga memiliki skor yang “cukup”, yaitu sebesar 3,18. Dibandingkan dengan skor 2 dimensi sebelumnya, skor ini sedikit lebih besar. Namun perbedaan tersebut tidak signifikan karena tetap tidak mengubah status “cukup”, namun nampak ada upaya dari para pelaku UMKM Kota Pangkalpinang untuk menjaga mutu dan kualitas setiap produk/jasa yang dihasilkan. Dimensi ini telah mengidentifikasi bahwa para pelaku UMKM menyadari arti pentingnya untuk menjaga mutu dan kualitas setiap produk/jasa yang dihasilkan dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam, meskipun baru pada level “cukup”.

### **Menciptakan keunikan produk**

Pelaku UMKM Kota Pangkalpinang kemampuannya dalam membuat perbedaan produk yang dibuat dengan para pesaing memiliki skor sebesar 3,22 (cukup). Hampir sama dengan dimensi-dimensi sebelumnya, para UMKM Kota



Pangkalpinang belum memiliki kemampuan untuk membuat keunikan produk, misalnya dari segi pembungkus, rasa, fitur, tampilan, warna, bentuk, kegunaan, manfaat dan lain-lain. Memiliki ciri khas itu adalah penting sehingga konsumen mampu membedakan suatu produk dengan produk lainnya dari masing-masing produsen.

Dari keempat dimensi yang telah ditampilkan, maka dapat disimpulkan bahwa gambaran kemampuan inovatif para pelaku UMKM Kota Pangkalpinang belum mampu menunjukkan daya saing. Kemampuan untuk meningkatkan daya saing melalui perilaku inovatif para pelaku UMKM dengan nilai “cukup” dianggap belum sepenuhnya mampu menciptakan daya saing, perlu ada upaya lebih konkrit untuk dapat menumbuhkan daya saing para pelaku UMKM terutama dari diri pelaku tersebut.

### Pengaruh *the big five personality* terhadap Peningkatan Inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang

Bagian ini ingin mencoba bagaimana pengaruh dimensi-dimensi yang terdapat pada *the big five personality* yang terdiri dari *Opennes to experience*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Agreeableness*, dan *Neuroticism* terhadap peningkatan daya saing UMKM di Kota Pangkalpinang. Tabel berikut menunjukkan bagaimana pengaruh kelima dimensi tersebut (sebagai variabel independen) terhadap peningkatan daya saing.

Tabel 7 Hasil regresi masing-masing dimensi terhadap peningkatan inovasi UMKM

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,280	1,577		2,713	,009
	OE	,122	,246	,071	2,497	,042
	CO	,747	,296	,438	2,522	,015
	EX	,342	,216	,225	1,785	,032
	AG	,130	,298	,087	1,936	,047
	NO	-,022	,229	-,013	2,097	,023

a. Dependent Variable: IN

Sumber : data primer, data diolah, 2019

### Pengaruh *opennes to experience* terhadap peningkatan invosi UMKM di Kota Pangkalkpinang.

Tabel 7 menunjukkan bahwa *Opennes to Experience (OE)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel independen (peningkatan inovasi) UMKM di Kota Pangkalpinang. Hal tersebut diperkuat oleh nilai signifikan masih di bawah 0,05 (5%) yaitu sebesar 0,042. Nilai positif digambarkan oleh nilai beta sebesar 0,122 (positif).



Implikasi dari hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa sikap yang dicerminkan oleh *opennes to experience* seperti menyukai hal-hal baru, menyukai tantangan, terus membuka diri terhadap ilmu, pengetahuan dan informasi, dan menyukai adanya perubahan dapat berpengaruh terhadap peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang. Semakin tinggi nilai-nilai yang terkandung dalam *opennes to experience*, semakin meningkatkan peningkatan daya saing UMKM. Begitu juga sebaliknya.

### **Pengaruh *conscientiousness* terhadap peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang.**

Nilai signifikansi sebesar 0,015 (di bawah 5%) dan nilai koefisien sebesar 0,747 menunjukkan bahwa *conscientiousness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang. Ketekunan, kesungguhan serta kearifan yang ditunjukkan oleh pelaku UMKM akan berdampak positif dan signifikan terhadap tingkat daya saing UMKM di Kota Pangkalpinang.

### **Pengaruh *extraversion* terhadap peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang.**

Semakin membuka diri (tidak menutup diri), meningkatkan kualitas komunikasi, tidak pendiam, selalu *sharing* informasi dan pengalaman kepada rekan dan mitra bisnis akan mampu meningkatkan inovasi para pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara sikap membuka diri/menutup diri para pelaku UMKM di Kota Pangkalpinang terhadap peningkatan daya saing UMKM, hal tersebut ditunjukkan dengan positifnya koefisien beta sebesar 0,342 dan signifikan sebesar 0,032 (di bawah 5%). Oleh karena itu dengan membuka diri akan melahirkan kerjasama yang baik dengan para mitra bisnis sehingga akan meningkatkan daya saing.

### **Pengaruh *agreeableness* terhadap peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang.**

Koefisien beta positif (0,130) dan signifikan sebesar 0,047 (di bawah 5%) menunjukkan ada keterkaitan yang kuat antara sikap *agreeableness* terhadap peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang. Sikap patuh, taat, dan tunduk terhadap aturan, ketentuan dan undang-undang yang berlaku dapat menumbuhkan peningkatan daya saing UMKM di Kota Pangkalpinang.

### **Pengaruh *neuroticism* terhadap peningkatan inovasi UMKM di Kota Pangkalpinang.**

Tingkat kestabilan emosi dapat mempengaruhi perilaku seseorang. *Neuroticism* yang tinggi mengindikasikan bahwa terjadi ketidakstabilan emosi seseorang. Jika dikaitkan dengan pelaku UMKM, *neuroticism* yang tinggi menandakan bahwa para pelaku UMKM cenderung mudah stress, tidak sanggup kerja di bawah tekanan, mudah putus asa. Dalam penelitian ini, *neuroticism* berdampak negatif dan signifikan terhadap peningkatan inovasi UMKM di Kota



Pangkalpinang, semakin rendah nilai *neuroticism* semakin baik begitu juga sebaliknya. Penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien beta sebesar  $-0,022$  (negatif) dan signifikan sebesar  $0,023$  (di bawah 5%).

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di bab 4 di muka, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kondisi *Openness to experience*, *Conscientiousness*, *Extroversion*, *Agreeableness*, dan *Neuroticism* dari *the big five personality* rata-rata pada kondisi “cukup”, kondisi ini kurang menggembirakan, karena untuk meningkatkan daya saing UMKM seharusnya para pelaku UMKM memiliki sifat *Openness to experience* dan *Conscientiousness* yang tinggi, memiliki *agreeableness* tinggi dan tidak *introvert*, serta *neuroticism* yang rendah maka para pelaku UMKM akan lebih kreatif dan inovatif.
2. *Openness to experience*, *Conscientiousness*, *Extroversion*, dan *Agreeableness*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan UMKM di Kota Pangkalpinang, sedangkan *Neuroticism* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap peningkatan UMKM di Kota Pangkalpinang.

## ACKNOWLEDGMENTS

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada Universitas Bangka Belitung yang telah mendanai penelitian ini hingga penelitian ini dapat terlaksana dan selesai. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada responden penelitian (pelaku UMKM), enumerator penelitian serta Dinas Koperasi dan UMKM kota Pangkalpinang yang telah memberikan data penelitian

## DAFTAR PUSTAKA

- Bove, L., & Mitzifiris, B. 2007. Personality traits and the process of store loyalty in a transactional prone context. *Journal of Services Marketing*, 21(7), 507-519.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. 1992. Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological assessment*, 4(1), 5.
- DeYoung, C. G., Hirsh, J. B., Shane, M. S., Papademetris, X., Rajeevan, N., & Gray, J. R. 2010. Testing predictions from personality neuroscience brain structure and the big five. *Psychological science*.
- Feist, G. J. 2010. The function of personality in creativity. *The Cambridge handbook of creativity*, 113-130.
- Landy, F. J., & Conte, J. M. 2004. Work in the 21st century. *An Introduction to Industrial and Organizational Psychology*.
- McCrae, R. R. 2011. Personality theories for the 21st century. *Teaching of Psychology*, 38(3), 209-214.
- Robbins, Stephen P, Timolty A Judge., 2011., *Organizational Behavior*. Fourteenth Edition. Published by Pearson Education, Publishing as Prentice Hall.

p-ISSN 2526-4440  
e-ISSN 2086-3748



---

[BPS] Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. 2015.  
Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Dalam Angka. Provinsi Kepulauan  
Bangka Belitung. BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.  
Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi UMKM Kota Pangkalpinang, 2019.