

Perbandingan Sifat Kepribadian Berdasarkan Pendekatan Ocean Antara Wirausaha Sosial Pria Dan Wanita

Anastasia Janet Saputra dan Frangky Slamet
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: janet.saputra@ymail.com

Abstract: *The main purpose of this research is to discover the comparison of OCEAN approach's personality traits between male and female social-entrepreneur. Selected sample in this research has been chosen by purpose sampling, which involved 60 social-entrepreneurs in Jakarta; therefore, 30 male social-entrepreneurs and 30 female social-entrepreneurs in Jakarta has been selected to be involved in this research. All data in this research are collected using quantitative research method, specifically using questionnaires. Furthermore, Likert's scale and independent sample t-test has been used to analyze all data gathered in this research, and Statistical Package for Social Science (SPSS) version 23 program was used in the analysis process. The results of this research show that female social-entrepreneurs are tending to have the OCEAN approach's personality traits, which consists of openness to experience, extraversion, agreeableness, neuroticism, and conscientiousness, rather than male social-entrepreneurs.*

Keywords: *Personality Traits, Big Five Personality Traits Model, Social Entrepreneur, Gender.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan sifat kepribadian berdasarkan pendekatan OCEAN antara wirausaha sosial pria dan wanita. Sampel dipilih dengan menggunakan *purpose sampling*. Populasi penelitian ini adalah wirausaha sosial di Jakarta dengan jumlah sampel 60 wirausaha sosial di Jakarta, yang terdiri dari 30 wirausaha sosial pria dan 30 wirausaha sosial wanita. Data diukur dengan menggunakan skala *Likert* dan menggunakan analisis data *independent sample t-test*, dengan dibantu oleh program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 23. Hasil menunjukkan bahwa wirausaha sosial wanita lebih memiliki sifat kepribadian OCEAN (*openness to experience, extraversion, agreeableness, neuroticism* dan *conscientiousness*) daripada wirausaha sosial pria.

Kata Kunci : Sifat kepribadian, Model Lima Besar Sifat Kepribadian, Wirausaha Sosial, Jender.

LATAR BELAKANG

Kewirausahaan sosial di Indonesia sudah mulai tumbuh dan berkembang. Para wirausaha sosial melihat adanya suatu masalah dapat dijadikan model bisnis baru untuk kesejahteraan masyarakat. Munculnya kewirausahaan sosial karena adanya orang-orang yang memiliki jiwa sosial, inovatif, dan pragmatis. Kewirausahaan sosial menghubungkan konsep sosial dan konsep

bisnis, dengan tujuan menciptakan nilai-nilai sosial dan membangun solusi atas permasalahan sosial (Nicholls, 2006).

Menurut (Fisher dan Koch, 2008), kepribadian kewirausahaan diwariskan dan ditentukan secara genetis. Kepribadian percaya diri, berani mengambil risiko, menciptakan inovasi dan mendirikan suatu usaha bukanlah sesuatu yang dapat diajarkan atau dipelajari, melainkan dari sifat kepribadian khas, dan menjadikan seseorang disebut wirausaha.

(Chell, 2008) mengatakan bahwa kewirausahaan dengan sifat kepribadian yang meningkatkan kemampuan mereka dalam berbagai situasi, lebih memiliki kemungkinan yang besar untuk mempertahankan operasi usaha jangka panjang, dibandingkan dengan kewirausahaan dengan kepribadian yang tidak dapat meningkatkan kemampuan mereka. Cara untuk mengukur sifat kepribadian kewirausahaan dengan cara penerapan model lima besar sifat kepribadian atau *big five personality traits model*. Model lima besar sifat kepribadian itu sendiri terdiri dari (O) *openness to experience* yaitu keterbukaan pada pengalaman, (C) *conscientiousness* yaitu berhati-hati, (E) *extraversion* yaitu ekstrasversi, (A) *agreeableness* yaitu keramahan, dan (N) *neuroticism* yaitu neurotisme, yang disingkat menjadi OCEAN.

Jiwa kewirausahaan dipengaruhi dan dibentuk oleh faktor eksternal, internal dan sosio demografi. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari luar diri individu, sedangkan faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari diri individu wirausaha tersebut, seperti sifat kepribadian, sifat-sifat personal, kemauan dan kemampuan individu yang dapat mendorong untuk menjadi wirausaha. Faktor sosio demografi adalah hal-hal yang dapat mempengaruhi perilaku seorang wirausaha, seperti umur, pengalaman kerja, latar belakang keluarga, dan jender. (Johnson, 1990; Stewart dkk., 1998). Dengan demikian, maka akan dilakukan penelitian untuk mengetahui perbandingan sifat kepribadian antara wirausaha sosial pria dan wanita.

KAJIAN TEORI

Openness to Experience. *Openness to experience* adalah sifat dimana seseorang menunjukkan sifat kreativitas, keingintahuan, kecerdasan, dan mampu menerima perubahan (Goldberg, 1992). Selain itu menurut (Wanberg dan Banas, 2000), seseorang dengan *openness to experience*, menunjukkan nilai positif terhadap lingkungan dan transisi tempat kerja mereka. Seseorang dengan sifat *openness to experience*, lebih suka memperluas wawasan mereka secara mandiri (Berry dkk., 2007). Hal tersebut cenderung memiliki sikap positif terhadap pembelajaran, karena mereka berwawasan luas dan ingin tahu, sehingga mereka termotivasi untuk belajar hal baru (Gully dan Chen, 2010).

Extraversion. *Extraversion* adalah sifat yang menunjukkan seseorang mampu bersosialisasi dan berinteraksi pada lingkungannya, tegas dalam mengambil keputusan, memiliki emosi positif, serta antusias terhadap dunia sosial dan material (John dan Srivastava, 2001). (Costa dan McCrae, 2001) berpendapat bahwa *extraversion* adalah kemampuan bersosialisasi yang tinggi, memiliki banyak teman, dapat mengekspresikan emosi kepada orang lain.

Agreeableness. *Agreeableness* adalah seseorang dengan sifat yang tinggi dalam keramahan, percaya pada kerja sama tim, dan memiliki sifat mudah memaafkan kesalahan orang lain (McCrae dan Costa, 1999). Selain itu, *agreeableness* merupakan sifat seseorang yang afiliatif dan prososial. Menurut (Digman, 1990), individu yang memiliki sifat *agreeableness*, memiliki sifat yang adil,

toleransi, fleksibilitas, tingkat interaksi interpersonal yang tinggi, tidak mementingkan diri sendiri, dan berusaha untuk menangani konflik secara kooperatif dan kolaboratif.

Neuroticism. *Neuroticism* adalah sifat di mana tingkat emosional seseorang tidak stabil, mudah cemas, dan tegang. Mereka mudah murung dan memiliki keyakinan yang perfeksionis dan tidak rasional (McCrae dan John, 1992). Seseorang dengan *neuroticism* yang tinggi, memiliki motivasi kerja yang buruk, termasuk melakukan penetapan tujuan, karena ketidakstabilan emosi dan kerentanan terhadap stress dan kecemasan yang ada dalam dirinya (Judge dan Ilies, 2002). Pendapat lain dikemukakan oleh Larsen dan Buss (2005), seseorang dengan sifat kepribadian *neuroticism* yang rendah, akan memiliki sifat percaya diri, optimis, dan dapat mengendalikan emosi dalam dirinya.

Sifat kepribadian *neuroticism* dikaitkan dengan kecemasan, ketidakstabilan emosional, dan mudah merasa takut, sehingga mereka merasa sulit untuk menyesuaikan diri dengan orang lain dan situasi (McCrae dan Costa, 1997).

Conscientiousness. *Conscientiousness* merupakan sifat keteraturan, ketekunan, kedisiplinan, orientasi pada pencapaian dan tanggung jawab (DeYoung dkk., 2007). Seseorang yang memiliki *conscientiousness* yang tinggi, lebih menghargai tata tertib, tugas, prestasi, disiplin diri dan bekerja menuju peningkatan kompetisi (Roccas dkk., 2002). Pendapat lain yang dikemukakan oleh Friedman (2006), sifat *conscientiousness* adalah seseorang yang berhati-hati pada pekerjaan yang dilakukan, bertanggung jawab, dapat dipercaya, terorganisir, dan memprioritaskan tugas.

Pada dasarnya, setiap wirausaha sosial memiliki sifat kepribadian yang berbeda dari wirausaha sosial yang lain, terutama berbeda dalam hal jender, yakni pria dan wanita. Sifat kepribadian wirausaha sosial pria berbeda dengan sifat kepribadian wirausaha sosial wanita.

Dalam model lima besar sifat kepribadian atau *big five personality traits model*, dapat menentukan sifat kepribadian yang dimiliki oleh wirausaha sosial pria dan wanita. *Big five personality traits model* terdiri dari *openness to experience* yaitu keterbukaan pada pengalaman, *extraversion* yaitu ekstrasversi, *agreeableness* yaitu keramahan, *neuroticism* yaitu neurotisme dan *conscientiousness* yaitu berhati-hati. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat dirumuskan beberapa hipotesis yaitu:

- H1 : Wirausaha sosial wanita lebih memiliki sifat kepribadian *openness to experience* daripada wirausaha sosial pria.
- H2 : Wirausaha sosial wanita lebih memiliki sifat kepribadian *extraversion* daripada wirausaha sosial pria.
- H3 : Wirausaha sosial wanita lebih memiliki sifat kepribadian *agreeableness* daripada wirausaha sosial pria.
- H4 : Wirausaha sosial wanita lebih memiliki sifat kepribadian *neuroticism* daripada wirausaha sosial pria.
- H5: Wirausaha sosial wanita lebih memiliki sifat kepribadian *conscientiousness* daripada wirausaha sosial pria.

METODOLOGI

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif dengan pendekatan *cross-sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah wirausaha sosial di Jakarta, seperti lembaga-lembaga sosial, yayasan, panti asuhan, panti jompo, dan usaha lainnya yang bergerak di bidang sosial. Ukuran sampel yang dipilih adalah 60 responden wirausaha sosial, yang terdiri dari 30 wirausaha sosial pria dan 30 wirausaha sosial wanita. Penelitian dilakukan dengan kuesioner *online*. Kuesioner *online* dibagikan melalui internet dengan menggunakan *google form*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Analisis data dibantu dengan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 23, dan menggunakan pengujian *independent sample t-test*.

HASIL UJI STATISTIK

Berikut akan disajikan tabel mengenai operasionalisasi variabel sifat kepribadian, *openness to experience*, *extraversion*, *agreeableness*, *neuroticism*, dan *conscientiousness*.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Kode	Pernyataan
<i>Openness to experience</i>	O1	Saya memiliki keinginan untuk berubah.
	O2	Saya adalah orang yang inovatif.
	O3	Saya adalah orang yang kreatif.
	O4	Saya adalah orang yang <i>open-minded</i> .
<i>Extraversion</i>	E1	Saya memiliki ambisi untuk mencapai tujuan yang menantang.
	E2	Saya memiliki keinginan untuk mencapai tujuan.
	E3	Saya memiliki motivasi untuk memenuhi target dalam pekerjaan.
	E4	Saya merupakan orang yang penuh energi.
	E5	Saya memiliki kemampuan untuk memprioritaskan bekerja secara efektif.
<i>Agreeableness</i>	A1	Saya melakukan peran sosial.
	A2	Saya percaya pada hubungan kerja sama.
	A3	Saya mempertahankan hubungan yang baik dengan rekan.
	A4	Saya memiliki kemampuan untuk membuat keputusan dengan bijaksana.
<i>Neuroticism</i>	N1	Saya adalah orang yang percaya diri.
	N2	Saya adalah orang yang optimis.
<i>Conscientiousness</i>	C1	Saya menginginkan kemajuan dalam karir profesional saya.
	C2	Saya melihat peluang berwirausaha dalam diri saya.
	C3	Saya merencanakan dan menyelesaikan tugas secara detail.
	C4	Saya adalah orang yang bertanggung jawab.
	C5	Saya patuh pada prinsip dan etika.

Sumber: Bernardino, dkk. (2018)

a. Uji Validitas dan Reliabilitas. Menurut Malhotra (2004), validitas adalah sejauh mana perbedaan dalam nilai-nilai skala yang diamati mencerminkan perbedaan antara objek-objek dengan karakteristik yang sedang diukur, dibandingkan kesalahan sistematis atau acak. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tertentu. Validitas suatu kuesioner menggunakan pengukuran *corrected item-total correlation*. Korelasi skor suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila skor total minimal sebesar 0,3 (Cristobal, Flavian dan Guinaliu, 2007).

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh dari setiap butir pernyataan tersebut. Menurut Malhotra (2004), suatu data dinyatakan valid apabila hasil reliabilitas data tersebut menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Suatu pernyataan dinyatakan reliabel bila suatu instrument itu dapat menghasilkan ukuran yang konsisten. Pengujian instrumen menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka instrumen dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Kode	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
O1	0.766	Valid	0.842	Reliabel
O2	0.810	Valid		
O3	0.748	Valid		
O4	0.438	Valid		
E1	0.734	Valid	0.787	Reliabel
E2	0.586	Valid		
E3	0.549	Valid		
E4	0.486	Valid		
E5	0.514	Valid		
A1	0.379	Valid	0.703	Reliabel
A2	0.622	Valid		
A3	0.442	Valid		
A4	0.567	Valid		
N1	0.780	Valid	0.876	Reliabel
N2	0.780	Valid		
C1	0.321	Valid	0.731	Reliabel
C2	0.600	Valid		
C3	0.488	Valid		
C4	0.433	Valid		
C5	0.741	Valid		

Sumber: Pengolahan Data SPSS 23.

Pada hasil uji validitas, yang disajikan pada tabel 2, dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan mengenai variabel sifat kepribadian yakni *openness to experience*, *extraversion*, *agreeableness*, *neuroticism*, dan *conscientiousness* memiliki *corrected item-total correlation* yang lebih besar dari 0,3 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan mengenai variabel sifat kepribadian adalah valid.

Pada hasil uji reliabilitas, yang disajikan pada tabel 2, dapat dilihat bahwa seluruh variabel sifat kepribadian yakni *openness to experience* (0,842), *extraversion* (0,787), *agreeableness*

(0,703), *neuroticism* (0,876), dan *conscientiousness* (0,731), memiliki skor *corrected item-total correlation* yang lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan mengenai variabel sifat kepribadian adalah reliabel.

b. Uji Homogenitas. Uji homogenitas dilakukan untuk memenuhi asumsi-asumsi yang dibutuhkan untuk melakukan uji *independent sample t-test*. Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui varian dari beberapa populasi sama atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji homogenitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $Sig < 0,05$ maka dinyatakan kelompok berasal dari populasi yang memiliki varians yang tidak sama atau tidak homogen.
2. Jika $Sig > 0,05$ maka dinyatakan kelompok berasal dari populasi yang memiliki varians yang sama atau homogen.

Tabel 3. Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Uji Homogenitas	Keterangan
<i>Openness to Experience</i>	0.739	Homogen
<i>Extraversion</i>	0.788	Homogen
<i>Agreeableness</i>	0.193	Homogen
<i>Neuroticism</i>	0.506	Homogen
<i>Conscientiousness</i>	0.126	Homogen

Sumber: Pengolahan Data SPSS 23.

Pada hasil uji homogenitas dengan menggunakan uji Levene, yang disajikan pada tabel 3, dilihat bahwa hasil uji homogenitas setiap variabel, yakni *openness to experience* (0,739), *extraversion* (0,788), *agreeableness* (0,193), *neuroticism* (0,506), dan *conscientiousness* (0,126), memperoleh skor yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kelompok data berasal dari populasi yang memiliki varians yang sama atau homogen.

c. Uji *Independent T-Test*. Penelitian ini menggunakan uji *independent sample t-test*, dimana dasar pengambilan keputusan uji *independent sample t-test* untuk mengetahui apakah ada perbedaan antar subjek penelitian atau kelompok adalah sebagai berikut (Sufren dan Natanael, 2014):

1. Jika *Sig (2-tailed)* < 0.05, maka dinyatakan terdapat perbedaan antar subjek penelitian.
2. Jika *Sig (2-tailed)* > 0.05, maka dinyatakan tidak terdapat perbedaan antar subjek penelitian.

Selain itu, dasar pengambilan keputusan untuk mengetahui besarnya perbedaan rata-rata subjek penelitian atau kelompok, adalah sebagai berikut:

1. Jika *Mean Difference* bernilai positif, maka dinyatakan kelompok pertama memiliki rata-rata lebih tinggi.
2. Jika *Mean Difference* bernilai negatif, maka dinyatakan kelompok pertama memiliki rata-rata lebih rendah.

Tabel 4. Hasil Uji *Independent T-Test*

Variabel	Uji <i>Independent T-Test</i>	Keterangan	<i>Mean Difference</i>
<i>Openness to Experience</i>	0.000	Signifikan	-3.200
<i>Extraversion</i>	0.000	Signifikan	-4.233
<i>Agreeableness</i>	0.000	Signifikan	-3.600
<i>Neuroticism</i>	0.000	Signifikan	-1.900
<i>Conscientiousness</i>	0.000	Signifikan	-4.300

Sumber: Pengolahan Data SPSS 23.

Pada hasil uji *independent t-test*, yang disajikan pada tabel 4, dilihat pada hasil setiap variabel, yakni *openness to experience* (0,000), *extraversion* (0,000), *agreeableness* (0,000), *neuroticism* (0,000), dan *conscientiousness* (0,000), memperoleh skor yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan pada sifat kepribadian *openness to experience*, *extraversion*, *agreeableness*, *neuroticism* dan *conscientiousness* antara wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita.

Selain itu, pada hasil uji *independent t-test*, yang disajikan pada tabel 4, dapat dilihat pada kolom *mean differences* di setiap variabel sifat kepribadian, yakni yakni *openness to experience* (-3,200), *extraversion* (-4,233), *agreeableness* (-3,600), *neuroticism* (-1,900), dan *conscientiousness* (-4,300), menunjukkan bahwa skor sifat kepribadian *mean difference* negatif, maka dapat dinyatakan bahwa sifat kepribadian *openness to experience*, *extraversion*, *agreeableness*, *neuroticism* dan *conscientiousness* wirausaha sosial wanita lebih tinggi daripada wirausaha sosial pria.

DISKUSI

Hasil analisis data hipotesis pertama yaitu H1, pada variabel sifat kepribadian *openness to experience* yang ditunjukkan pada tabel 4 terdapat perbedaan yang signifikan antara sifat kepribadian wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita. Selain itu, juga ditemukan bahwa sifat kepribadian *openness to experience* wirausaha sosial wanita lebih tinggi dari wirausaha sosial pria. Hasil ini memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bernardino dkk. (2018), Rahmani dan Lavasani (2012), dan Chlosta dkk. (2012), yang mengatakan bahwa terdapat perbedaan sifat kepribadian *openness to experience* antara wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita, serta sifat kepribadian *openness to experience* wirausaha sosial wanita lebih tinggi dari wirausaha sosial pria.

Selanjutnya hasil analisis data hipotesis kedua yaitu H2, pada variabel sifat kepribadian *extraversion* yang ditunjukkan pada tabel 4 terdapat perbedaan yang signifikan antara sifat kepribadian wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita. Selain itu, juga ditemukan bahwa sifat kepribadian *extraversion* wirausaha sosial wanita lebih tinggi dari wirausaha sosial pria. Hasil ini memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bernardino dkk. (2018), Caliendo dkk. (2015) dan Chlosta dkk. (2012), yang mengatakan bahwa terdapat perbedaan sifat kepribadian *extraversion* antara wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita.

Pada hasil analisis data hipotesis ketiga yaitu H3, pada variabel sifat kepribadian *agreeableness* yang ditunjukkan pada tabel 4 terdapat perbedaan yang signifikan antara sifat kepribadian wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita. Selain itu, juga ditemukan bahwa sifat kepribadian *agreeableness* wirausaha sosial wanita lebih tinggi dari wirausaha sosial pria. Hasil ini memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bernardino dkk. (2018), Liang dan Lin, 2015, Schmitt dkk. (2008), dan Feingold (1994), yang mengatakan bahwa terdapat perbedaan sifat kepribadian *agreeableness* antara wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita.

Pada hasil analisis data hipotesis keempat yaitu H4, pada variabel sifat kepribadian *neuroticism* yang ditunjukkan pada tabel 4 terdapat perbedaan yang signifikan antara sifat kepribadian wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita. Selain itu, juga ditemukan bahwa sifat kepribadian *neuroticism* wirausaha sosial wanita lebih tinggi dari wirausaha sosial pria. Hasil ini memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bernardino dkk. (2018), Liang dan Lin (2015), dan Schmitt dkk. (2008), yang mengatakan bahwa terdapat perbedaan sifat kepribadian *neuroticism* antara wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita.

Pada hasil analisis data hipotesis yang terakhir atau kelima yaitu H5, pada variabel sifat kepribadian *conscientiousness* yang ditunjukkan pada tabel 4 terdapat perbedaan yang signifikan antara sifat kepribadian wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita. Selain itu, juga ditemukan bahwa sifat kepribadian *conscientiousness* wirausaha sosial wanita lebih tinggi dari wirausaha sosial pria. Hasil ini memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bernardino dkk. (2018), Chlosta dkk. (2012), Shuqin, Wang dan Rocklin (1995), yang mengatakan bahwa terdapat perbedaan sifat kepribadian *conscientiousness* antara wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 60 responden wirausaha sosial di Jakarta, terdapat hasil analisis penelitian ini, yakni terdapat perbedaan yang signifikan antara sifat kepribadian OCEAN wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita. Selain itu, juga ditemukan bahwa sifat kepribadian OCEAN wirausaha sosial wanita lebih tinggi dari wirausaha sosial pria. Penelitian ini mengadaptasi penelitian yang diteliti oleh Bernardino, Santos dan Ribeiro pada tahun 2018, yang membuktikan ketepatan dari hasil penelitian dan menelaah variabel-variabel yang berdampak terhadap wirausaha sosial pria dan wirausaha sosial wanita.

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, namun masih memiliki keterbatasan-keterbatasan, yaitu sebagai berikut:

- a. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yang terkadang adanya jawaban yang diberikan responden tidak menunjukkan bagaimana keadaan yang semestinya karena tidak dapat mengontrol jawaban dari responden dimana responden dapat menjawab secara tidak jujur terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner yang telah diberikan.
- b. Jumlah responden hanya melibatkan 60 orang wirausaha sosial di Jakarta, yang dikarenakan keterbatasan waktu, sehingga hasil yang didapatkan belum mampu untuk digeneralisasikan terhadap kelompok dengan jumlah yang lebih besar.

Dengan demikian, saran yang dapat disampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan, adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian yang selanjutnya diharapkan dapat memperbesar jumlah responden yang akan digunakan sehingga akan lebih mendekati gambaran hasil dan gambaran kondisi yang sebenarnya.
- b. Memperluas wilayah responden yang dipilih, tidak hanya pada wilayah Jakarta saja, agar mengetahui secara lebih luas dan hasil penelitian yang didapat akan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry, C. (2007). Interpersonal deviance, organizational deviance, and their common correlates: A review and meta analysis. *Journal of Applied Psychology*, 92, 410-424.
- Chell,E. (2008). *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*. NewYork: Routledge.
- Christobal, E., Flavian, C, and Guinaliu, M. (2007). Perceived eservice quality: Measurement validity and effect on consumer satisfaction and web site loyalty. *Managing Service Quality*, 17 (2), 317-340.
- Costa, P.T., Jr, Terracciano, A. and McCrae, R.R. (2001). Gender differences in personality traits a cross cultures: robust and surprising findings. *Journal of Perspectives. Sociology. Psychology*, 81. 322-331.
- DeYoung, C.G., Quilty, L. C. and Peterson,J.B. (2007). Between facets and domains: 10 aspects of the big five. *Journal of Personality and Social Psychology*. 93 (5), 880-896.
- Digman, J. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41, 417-440.
- Fisher, J. L., and Koch, J. V. (2008). *Born, Not Made: The Entrepreneurial Personality*. Westport: Praeger Publisher.

- Friedman, H.S., and Schustack, M.W. (2006). *Personality: Classic Theories and Modern Research 3rd Edition*. London: Ally dan Bacon.
- Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4, 26-42.
- Gully, S. and Chen, G. (2010). Individual differences, attribute-treatment interactions, and training outcomes. *Learning, Training and Development in Organizations*, 3-64.
- John, O.P. and Srivastava, S. (2001). Big Five Trait Taxonomy. *The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical*.102-138.
- Johnson, B. (1990). Toward A Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and The Entrepreneur. *Entrepreneurial Theory Practice*, 14(3), 39-54
- Judge, T. A., and Ilies, R. (2002). Relationship of personality to performance motivation: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 797-807.
- Larsen, R.J, and Buss, D.M. (2005). *Personality Psychology: Domains of Knowledge About Human Nature, Second Edition*. New York: Mc Graw Hill.
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research: an Applied Orientation, 4th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall, 258.
- McCrae, R. R., and Costa, P. T., Jr. (1999). A five-factor theory of personality dalam L. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (2nd edition., 139-153). New York, NY: The Guilford Press.
- McCrae, R. R., and John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and it's applications. *Journal of Personality*, 60, 175-216.
- McCrae, R.R. and Costa, P.T., Jr. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist*, 52(5), 509-516.
- Nicholls, A., 2006. *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. New York: Oxford University Press.
- Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz, S. H., and Knafo, A. (2002). The big five personality factors and personal values. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 789-801.
- Stewart, W.H., Watson, W.E., Carland, J.C. and Carland, J.W. (1998). A Proclivity for Entrepreneurship: A Comparison of Entrepreneurs, Small Business Owners, and Corporate Managers. *Journal of Business Venturing*, 14(2): 189-214.
- Sufren, dan Natanael, Y. (2014). *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wanberg, C. R., and Banas, J. T. (2000). Predictors and outcomes of openness to changes in a reorganizing workplace. *Journal of Applied Psychology*, 85, 132-142.