

Pengaruh Kepribadian Karyawan dan Kreativitas Karyawan terhadap Inovasi Berkelanjutan

Rusydi Shidqul Aziz, Dudung Abdurrahman, Rusman Frendika
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
azizrusydi2@gmail.com, abahdar@gmail.com, rusmanf82@gmail.com

Abstract—This study aims to determine the personality of employees, creativity to continuous innovation at PT. JNE Cab. Kawalayaan City of Bandung. This research is categorized as a descriptive research and quantitative approach with an instrument in the form of a questionnaire. The population in this study were employees of PT. JNE Kawalayaan Branch as many as 96 people. Sampling technique with census sampling. The research method used is descriptive and verification analysis and operates the calculation using the SPSS 20. The variables studied in this study are Personality (X1), Creativity (X2), and Continuous Innovation (Y). Data collection is carried out by library research and field research. The results of the study prove that: (1) Personality positively influences positively and significantly towards sustainable innovation (2) Creativity partially influences negatively and insignificantly to continuous innovation (3) Simultaneously personality and creativity influence on continuous innovation.

Keywords—Personality, Creativity, Sustainable Innovation

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepribadian karyawan, kreativitas terhadap inovasi berkelanjutan pada PT. JNE Cab. Kawalayaan Kota Bandung. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif dan pendekatan kuantitatif dengan instrument berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. JNE Cabang Kawalayaan sebanyak 96 orang. Teknik pengambilan sampel dengan Sampling Sensus. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikasi dan mengoperasikan perhitungannya menggunakan program SPSS 20. Variabel yang dikaji pada penelitian ini yaitu Kepribadian (X1), Kreativitas (X2), dan Inovasi Berkelanjutan (Y). Pengumpulan data dilakukan dengan penelitian kepustakaan (library research) dan penelitian lapangan (field research). Hasil penelitian membuktikan bahwa: (1) Kepribadian secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi berkelanjutan (2) Kreativitas secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap inovasi berkelanjutan (3) secara simultan kepribadian dan kreativitas berpengaruh terhadap inovasi berkelanjutan.

Kata kunci—Kepribadian, Kreativitas, Inovasi Berkelanjutan

I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan salah satu sumber daya yang ada di dalam organisasi. Pada dasarnya organisasi tidak hanya mengharapkan sumber daya manusia yang terampil, tetapi juga mengharapkan karyawannya

mampu bekerja secara efektif dan efisien. Dalam perkembangan era zaman industri 4.0 ini persaingan semakin ketat sehingga untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain PT. JNE Cab. Kawalayaan Kota Bandung harus terus melakukan inovasi berkelanjutan.

Kepribadian menurut beberapa pakar dikatakan bahwa cara unik individu untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja yang terus dituntut inovasi. Fenomena yang terjadi di PT. JNE Cab. Kawalayaan Kota Bandung bahwa tidak semua karyawan mudah beradaptasi dan mudah bergaul terbuka dengan karyawan lain.

Kreativitas merupakan ide yang dikemas untuk menghadapi segala resiko dari setiap peristiwa didalam maupun di luar perusahaan yang ditimbulkan oleh individu yang tidak terfikirkan oleh individu lain, kreativitas muncul karena adanya situasi lingkungan yang dapat memunculkan pikiran kreatif. Namun sedikitnya waktu yang dapat memunculkan kreativitas yang menjadi permasalahan di PT. JNE Cab. Kawalayaan Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Pengaruh Kepribadian karyawan dan Kreativitas Karyawan terhadap Inovasi Berkelanjutan secara parsial dan simultan” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui bagaimana kepribadian karyawan di JNE Bandung.
2. Untuk mengetahui kreativitas karyawan di JNE Bandung.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan inovasi berkelanjutan di JNE Bandung.
4. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh kepribadian karyawan dan kreativitas karyawan terhadap inovasi berkelanjutan di JNE Bandung secara simultan dan parsial.

II. LANDASAN TEORI

A. Kepribadian

Menurut Robins (2008:216), kepribadian adalah organisasi dinamis dalam psikobiologis individu yang menentukan caranya untuk menyesuaikan diri secara unik terhadap lingkungannya”

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007 : 107): “kepribadian sebagai ciri-ciri kejiwaan dalam diri yang

menentukan dan mencerminkan bagaimana seseorang merespon terhadap lingkungannya”.

Terdapat banyak model untuk mengukur kepribadian diantaranya ialah *Big Five Personalit* yang dikemukakan oleh Goldberg (Pervin, 2000) dalam (Robins : 2006:1310 yaitu :

1. Openness.
2. Conscientiousness.
3. Extraversion.
4. Agreeableness
5. Neuroticism.



Gambar.1 Big Five Personality

Sumber : J. M. Digman

1. Terbuka terhadap hal-hal baru (*openness to experience*).

Dimensi ini merupakan dimensi terakhir yang mengelompokkan individu berdasarkan lingkup minat dan ketertarikannya terhadap hal-hal baru. Individu yang sangat terbuka cenderung kreatif, ingin tahu, dan sensitif terhadap hal-hal yang bersifat seni. Sebaliknya, mereka yang tidak terbuka cenderung memiliki sifat konvensional dan merasa nyaman dengan hal-hal yang telah ada.

2. Sifat berhati-hati (*conscientiousness*).

Dimensi ini merupakan ukuran kepercayaan. Individu yang sangat berhati-hati adalah individu yang bertanggungjawab, teratur, dapat diandalkan, dan gigih. Sebaliknya, individu dengan sifat berhati-hati yang rendah cenderung mudah bingung, tidak teratur, dan tidak bisa diandalkan.

3. Ekstraversi (*extraversion*).

Dimensi ini mengungkapkan tingkat kenyamanan seseorang dalam berhubungan dengan individu lain. Individu yang memiliki sifat ekstraversi cenderung suka hidup berkelompok, tegas, dan mudah bersosialisasi. Sebaliknya, individu yang memiliki sifat introver cenderung suka menyendiri, penakut, dan pendiam.

4. Mudah akur atau mudah bersepakat (*agreeableness*).

Dimensi ini merujuk pada kecenderungan individu untuk patuh terhadap individu lainnya. Individu yang sangat mudah bersepakat adalah individu yang senang bekerjasama, hangat, dan penuh kepercayaan. Sementara

itu, individu yang tidak mudah bersepakat cenderung bersikap dingin, tidak ramah, dan suka menentang.

5. Stabilitas emosi (*emotional stability*)

Sering juga disebut berdasarkan kebalikannya, yaitu neurosis. Dimensi ini menilai kemampuan seseorang untuk menahan stress. Individu dengan stabilitas emosi yang positif cenderung tenang, percaya diri, dan memiliki pendirian teguh. Sementara itu, individu dengan stabilitas emosi yang negative cenderung mudah gugup, khawatir, depresi, dan tidak memiliki pendirian yang teguh.

Dari penjelasan para ahli diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kepribadian ialah sebuah ciri kejiwaan seseorang yang dapat menentukan cara individu menyesuaikan dengan lingkungannya secara unik.

B. Kreativitas

Menurut Suharyadi (2007 :92) “kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara dalam memecahkan masalah dan cara berfikir untuk menemukan peluang (*thinking new think*).”

Menurut Peterson & Seligman 2004; simonton 2009 Mendefinisikan kreativitas sebagai generasi ide yang asli dan adaptif. Kreativitas sering dikonseptualkan dan diukur pada dimensi (Four P’s Creativity), yang meliputi dimensi person (orang kreatif), process (proses kreatif), dan product (hasil kreatif), press (dorongan).

1. *person* adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada individu atau *person* dari individu yang dapat disebut dengan kreatif,
2. *process* merupakan kreativitas yang berfokus pada proses berpikir sehingga memunculkan ide-ide unik atau kreatif,
3. *product* adalah merupakan upaya kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/original atau sebuah elaborasi/penggabungan yang inovatif dan kreativitas yang berfokus pada produk kreatif menekankan pada orisinalitas.
4. *Press* Merupakan definisi dan pendekatan kreativitas yang menekankan faktor press atau dorongan, baik dorongan internal diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif, maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan psikologis. Biasanya, dalam keadaan tertekan, seseorang dapat menjadi lebih kreatif dari biasanya. Banyak orang-orang yang berusaha membuat dirinya sendiri dalam keadaan tertekan agar mereka mendapatkan kreativitas yang lebih.

Dari penjelasan para ahli tersebut maka penulis dapat menarik garis besar bahwa kreativitas ialah cara pikir seseorang dalam meluangkan ide-ide baru atau cara-cara baru yang dapat mengubah permasalahan menjadi peluang yang tidak terfikirkan oleh individu lain.

C. Inovasi Berkelanjutan

Hertog (2010:494) menjelaskan bahwa dengan persaingan yang semakin ketat maka diwajibkan bagi organisasi untuk terus beradaptasi dan fleksibel pada perubahan yang terjadi di era globalisasi. Inovasi berkelanjutan bagi organisasi atau perusahaan dapat dilakukan dengan :

1. Layanan Konsep

Mengacu pada konsep layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, suatu konsep akan menggambarkan sejauh mana penilaian dan hubungan pelanggan terhadap sebuah perusahaan. Inovasi yang dilakukan dalam sebuah konsep bisa menjadi ide yang baru tentang bagaimana mengatur solusi atau kebutuhan pelanggan. Saat ini banyak sekali perusahaan besar yang menggabungkan dan mengkombinasi konsep layanan sehingga menjadi konfigurasi atau sistem yang baru.

2. Interaksi dengan Klien

Inovasi dalam sektor jasa dapat dilakukan melalui interaksi dengan pelanggan/klien dan peranan pelanggan yang terlibat langsung akan memberikan pemasok dan pelanggan adalah sumber yang penting untuk menciptakan inovasi terlebih jika bisnis layanan itu sendiri menawarkan dukungan inovasi. Berbagai generasi perbankan elektronik mulai dari pengenalan ATM hingga penggunaan ponsel di perbankan adalah contoh dari sebuah inovasi berada dimana-mana (semakin dekat pelanggan).

3. Bekerja sama dengan mitra baru

Sistem baru yang tercipta karena adanya kerjasama dengan mitra baru akan menghasilkan inovasi yang lebih efektif karena adanya penambahan jaringan yang lebih luas oleh perusahaan. Hal ini biasanya dilakukan oleh R & D perusahaan yang diotoritaskan untuk melakukan riset dan pengembangan perusahaan. Sebagai contoh kombinasi antara i-phone dan i-store menciptakan layanan baru yang harus dikembangkan dalam komunitas besar.

4. Mengelola biaya inovasi

Perusahaan perlu membuat sebuah model khusus untuk menyeimbangkan antara pendapatan perusahaan dengan inovasi yang akan dilakukan karena inovasi tentunya membutuhkan biaya. Hanya beberapa model dari perusahaan besar yang berhasil melaksanakan konsep inovasi layanan yang sukses. Dengan kata lain, banyak ide-ide inovasi yang gagal karena pendistribusian biaya dan pendapatan yang tidak cocok.

5. Sistem penyaluran baru

Heskett (dalam Hertog, 2010:5) menjelaskan bahwa sistem baru penyaluran terkait dengan 3 hal, yaitu :1) personal, 2) organisasi, 3) budaya. Hal ini mengacu pada struktur organisasi perusahaan dan manajemen yang tepat untuk memastikan bahwa pekerja telah bekerja dengan benar dan memberikan pelayanan yang inovatif kepada pelanggan. Pelayanan yang inovatif mungkin memerlukan struktur organisasi baru, kemampuan pribadi atau personal karyawan, sertaketerampilan tim.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

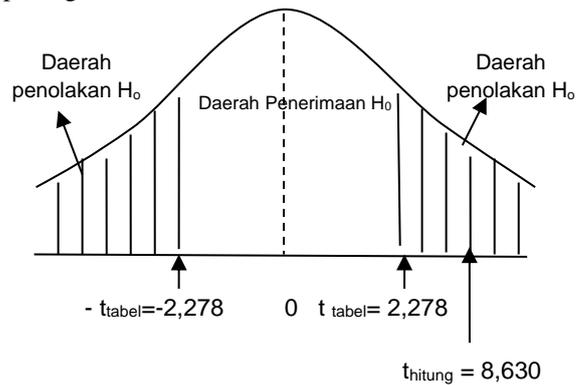
A. Hubungan Antara Kepribadian karyawan (X_1) dengan Inovasi Berkelanjutan (Y).

Berikut adalah hasil uji t dari variabel X_1 mengenai kepribadian karyawan terhadap variabel Y tentang inovasi berkelanjutan

TABEL 1. HASIL UJI T KEPRIKADIAN TERHADAP INOVASI BERKELANJUTAN

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B		Beta		
1	(Constant)	4.799		2.279	.025
	Kepridian	.319	.687	8.630	.000

Berdasarkan hasil analisa diatas maka diperoleh :
 Nilai $t_1 : 8,630 > 2,278$, Sig $t_1 ; 0,000 < 0,05$ maka dapat digambarkan :



Gambar 2. Daerah Penolakan Hipotesis X_1 terhadap Y

Dari gambar kurva tersebut maka dapat disimpulkan secara parsial bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima itu berarti terdapat pengaruh signifikan antara kepribadian terhadap Inovasi berkelanjutan.

B. Hubungan Antara Kreativitas karyawan (X₂) dengan Inovasi Berkelanjutan (Y).

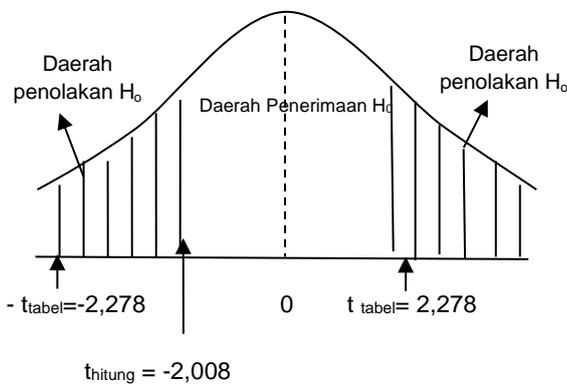
TABEL 4. HASIL UJI T KREATIVITAS TERHADAP INOVASI BERKELANJUTAN

Model	Coefficients		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Beta		
1 (Constant)	4.799		2.279	.025
Kreativitas	-.224	-.160	-2.008	.048

a. Dependent Variable: Inovasi Berkelanjutan

Berdasarkan hasil analisa diatas maka diperoleh :

Nilai t₂ : -2,008 < - 2,278, Sig t₂; 0,048 < 0,05 maka dapat disimpulkan :



Gambar 3. Daerah Penolakan Hipotesis X₁ terhadap Y

Dari hasil tersebut maka secara parsial, H₀ diterima itu berarti berpengaruh negatif dan signifikan antara kepribadian terhadap Inovasi berkelanjutan.

C. Hubungan Antara Kepribadian karyawan (X₁) dan kreativitas karyawan (X₂) terhadap Inovasi Berkelanjutan (Y).

Berikut ialah hasil uji F dari variabel X₁ dan X₂ terhadap Y

TABEL 5.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	707.305	2	353.653	37.244	.000 ^b
Residual	883.094	93	9.496		
Total	1590.399	95			

a. Dependent Variable: Inovasi Berkelanjutan

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Kepribadian

Berdasarkan output SPSS 20 di atas diketahui nilai F hitung sebesar 37,244 dengan p-value (sig) 0,000. Dengan α = 0.05 serta derajat kebebasan derajat bebas:

$$(df) = n - k - 1$$

$$(df) = 96 - 2 - 1 = 93$$

maka di dapat F_{tabel} 3,094.

Maka dapat disimpulkan H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel Kepribadian karyawan dan Kreativitas karyawan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap inovasi berkelanjutan.

IV. KESIMPULAN

1. Dari hasil analisis responden pada Kepribadian karyawan (X₁) sebanyak 54 atau 56,3% dari 96 responden menyatakan bahwa yang paling dominan pada variabel kepribadian karyawan dalam dimensi *Extraversion* adalah terbuka tentang diri terhadap rekan kerja. Pada Kreativitas karyawan (X₂) sebanyak 65 atau 67,7% dari 96 responden dalam dimensi *person* menyatakan bahwa sangat perlu mempersiapkan segala sesuatu terlebih dahulu. Dari variabel Y atau Inovasi berkelanjutan sebanyak 48 atau 50% dari 96 responden yang paling dominan ialah pada dimensi sistem penyaluran baru yang menyatakan bahwa sudah sangat terstruktur dalam menciptakan layanan yang inovatif.
2. Menerima H_a dan menolak H₀. Pada uji simultan mendapatkan hasil bahwa X₁ dan X₂ berpengaruh dan signifikan terhadap Y, tetapi pengaruh X₁ lebih besar pengaruhnya terhadap Y daripada X₂ itu ditandai dengan dari uji korelasi dimana Kepribadian (X₁) memiliki nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dibandingkan dengan X₂ yang memiliki nilai signifikansi 0,048 < 0,05.
3. Dari hasil uji parsial X₁ terhadap Y ialah *output* SPSS 20 t hitung 8,630 dan signifikansi 0,000 yang artinya X₁ memiliki pengaruh signifikan terhadap Y sedangkan X₂ dengan nilai t hitung -2,008 dan signifikansi 0,048 artinya bahwa X₂ berpengaruh negatif dan berpengaruh secara signifikan terhadap Y. Secara simultan pengaruh X₁ dan X₂ terhadap Y sebesar 3,43 atau 34,4% berpengaruh terhadap inovasi berkelanjutan.

• Saran

Saran Teoritis

1. Untuk Penelitian selanjutnya dapat memperluas teori dan memperdalam teori dari setiap variabel yang akan diteliti.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk terus diteliti oleh peneliti selanjutnya.

Saran Praktis

1. Terdapat beberapa poin yang masih perlu ditingkatkan seperti belum semua individu dapat mengatasi tekanan kerja yang berat, dimana itu akan berpengaruh pada tingkat temperamental individu. Begitu pun dengan kedisiplinan individu

terhadap tanggungjawab kerja yang dinilai masih kurang baik.

2. Masih kurangnya motivasi karyawan untuk berkegiatan di perusahaan, karena faktor *press* yang kurang dari dalam individu itu sendiri maupun dari eksternal seperti lingkungan kerja yang kurang mendorong kreativitas tercipta.
3. Inovasi dari sisi pemilihan teknologi yang masih dinilai peningkatan guna memudahkan konsumen dalam berinteraksi dengan perusahaan, serta pengelolaan biaya untuk inovasi yang perlu dikelola dengan lebih baik lagi sehingga alokasi dana untuk inovasi berkelanjutan dapat terus dilakukan tanpa terkendala dengan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sonang Sitohang. 2006. Pengaruh Kreativitas dan Trade Exhibition Terhadap Inovasi Berkelanjutan dan Kinerja Pemasaran Sentra Industri Kecil Mebel Kayu di Kabupaten Madiun. *Jurnal Ekuitas*. 289, 1-25.
- [2] Bäker, A., Güth, W., Pull, K., & Stadler, M. (n.d.). of Tübingen Working Papers Papers in in Economics Economics and and Finance Finance Creativity , Analytical Skills , Personality Traits , and Innovative Capability : A Lab Experiment by.
- [3] Rekomendasi, I. D. A. N. (2017). Firdaus Mutaqqin, 2017 PENGARUH TIPE KEPERIBADIAN TERHADAP PERILAKU INOVATIF PADA PELAKU INDUSTRI KREATIF DI KOTA BANDUNG Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu. 56–57.
- [4] Sitohang, S. (2006). PENGARUH KREATIVITAS DAN TRADE EXHIBITION TERHADAP. 55, 295–319.
- [5] Pim den Hertog, Wietze van der Aa and Mark W. de Jong. 2010. Capabilities for managing service innovation: towards a conceptual framework. *JOSM* 21,4. P.490-514.