

---

**PENGARUH AGREEABLENESS, OPENNESS TO EXPERIENCE, EXTRAVERSION DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEDAGANG PASAR BRINGHARJO**

Oleh  
Diana Anggraini Kusumawati  
Universitas Proklamasi 45  
Email: [dianakusuma@up45.ac.id](mailto:dianakusuma@up45.ac.id)

---

**Article History:**

Received: 02-02-2025

Revised: 08-02-2025

Accepted: 05-03-2025

**Keywords:**

Agreeableness, Openness To Experience, Extraversion, Motivasi Terhadap Kinerja Pedagang

**Abstract:** Pasar tradisional memiliki peran penting dalam perekonomian lokal dan pendapatan pedagang menjadi faktor utama dalam mendorong minat usaha mereka. Semakin berkembangnya pasar tradisional akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Pasar Bringharjo adalah pasar terbesar yang menjadi salah satu pusat transaksi perdagangan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pasar bringharjo memiliki sejarah yang panjang dan menjadi pasar tertua di Yogyakarta yang beroperasi dari ratusan tahun yang lalu. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 100 orang pedagang UMKM Pasar Bringharjo. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan alat analisis Partial Least Square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; 1) Agreeableness berpengaruh signifikan terhadap kinerja pedagang; 2) Openness to experience berpengaruh signifikan terhadap kinerja pedagang; 3) Extraversion tidak berpengaruh terhadap kinerja pedagang; 4) Motivasi tidak berpengaruh terhadap kinerja pedagang.

---

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, berfungsi sebagai penyedia lapangan pekerjaan, pendorong inovasi, dan sangat berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, meski potensi besar yang dimiliki, banyak UMKM menghadapi banyak tantangan dalam meningkatkan daya saing dan kinerjanya.

Pasar tradisional adalah tempat bertransaksi penjual dan pembeli sehingga terjadi kegiatan tawar-menawar atas barang yang diinginkan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan sehari-hari (Tambunan, 2020). Pasar tradisional merupakan bagian penting dari kehidupan masyarakat dan berkembang sesuai dengan kebiasaan lokal. Pasar konvensional adalah tempat bisnis yang berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pertumbuhan pasar tradisional akan mempengaruhi peningkatan perekonomian di daerah tersebut.

Transaksi jual beli dan hubungan sosial dengan masyarakat terjadi di pasar konvensional Pada 24 Maret 1929. Sri Sultan Hamengkubuwana VIII memberi nama pasar tertua di Yogyakarta tersebut dengan nama Pasar Beringharjo secara resmi. Sri Sultan Hamengkubuwana VIII meminta agar bahasa Jawa digunakan oleh seluruh instansi di bawah

kekuasaan Kesultanan Ngayogyakarta Hadiningrat. Kawasan ini dahulu berupa hutan beringin yang disebut "bering" sedangkan kata "harjo" berarti kesejahteraan. Oleh karena itu diberilah nama Beringharjo. Beringin dianggap sebagai simbol perlindungan dan kebesaran, sehingga diharapkan Pasar Beringharjo akan terus tumbuh dan berkembang melayani masyarakat. Pasar Beringharjo adalah pasar terbesar di Daerah Istimewa Yogyakarta dan merupakan salah satu pusat transaksi jual beli teramai. Banyak konsumen yang bertransaksi di Pasar Beringharjo tidak hanya dari kota Yogyakarta tetapi juga dari kota-kota lainnya. Konsumen dari kota lain biasanya membeli banyak barang untuk sekedar oleh-oleh atau bahkan dijual kembali. UMKM yang berjualan di Pasar Beringharjo menjual berbagai macam kebutuhan hidup baik makanan, pakaian, rempah-rempah dan lain-lain.

Teknologi informasi telah mengubah produksi dan pemasaran konsumen. Sumber daya manusia harus selalu mengikuti tren pasar dan menguasai teknologi yang disukai konsumen. Pemasaran produk sekarang lebih banyak dilakukan melalui media internet atau media sosial yang murah dan cepat daripada iklan televisi atau media cetak yang mahal. Bahkan transaksi penjualan dapat dilakukan secara online. Sehingga muncul platform belanja online yang akhirnya mempengaruhi para pedagang pasar tradisional. Sehingga para pedagang pasar harus mengikuti perkembangan jaman, memahami pentingnya inovasi dan pembaharuan teknologi dalam bertransaksi untuk menghadapi para pesaingnya. Dengan ini maka kinerja pedagang Pasar Beringharjo akan mengalami peningkatan.

Kinerja usaha ialah sebuah konsep multidimensional, dan hubungan antara wirausaha dan kinerja tergantung dari indikator-indikator yang digunakan untuk menilai kinerja. Kinerja sebuah penampilan hasil karya individu baik kualitas maupun kuantitas dalam suatu usaha dagang (Tafonao, 2023). Sedangkan Menurut (Rerung, 2019), kinerja karyawan adalah hasil dari perilaku penyelesaian tugas yang dapat diamati dan dinilai. Sehingga kontribusi yang telah dilakukan oleh seorang karyawan untuk mencapai tujuan organisasi didefinisikan menjadi kinerja karyawan. Meningkatnya produktivitas dan kualitas produk UMKM akan meningkatkan pendapatan dan menciptakan lapangan kerja. Potensi yang dimiliki oleh pedagang UMKM jika tidak diimbangi oleh kemampuan untuk bersaing dengan kompetitor akan berdampak kegagalan dalam usahanya (Muljaningsih, 2021).

Kinerja dapat mencakup kinerja, target, sasaran, atau kinerja, standar hasil kerja, yang telah ditentukan dan disepakati bersama sebelumnya. Ini juga dapat mencakup pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan secara keseluruhan selama periode yang ditentukan dalam melaksanakan tugas (Rivai, Veithzal, 2011). Menurut (Sanusi, 2014) ada tiga faktor yang mempengaruhi kinerja; 1) kemampuan, kepribadian, dan minat kerja; 2) kejelasan dan penerimaan atas penjelasan peran seorang karyawan; 3) tingkat motivasi kerja.

Sumber daya manusia sangat berperan penting untuk organisasi karena meskipun didukung dengan sarana dan prasarana namun jika tanpa dukungan sumber daya manusia yang handal kegiatan organisasi tidak akan terselesaikan dengan optimal (Herman, 2021). Sumber daya manusia yang memiliki kepribadian baik akan lebih mudah menerima pembaharuan dan perkembangan teknologi untuk mencapai tujuan. Kepribadian adalah sifat seseorang yang menyebabkan pemikiran, perasaan, dan perilaku yang sama. Kepribadian seseorang menunjukkan pola perilaku dan kualitas yang konsisten dalam diri seseorang; ini berbeda dengan kualitas lingkungan yang mempengaruhi kepribadian seseorang (Pervin, L.

A., Cervone, D., 2010). Kepribadian dipandang dari keseluruhan cara seseorang bertindak dan berinteraksi dengan individu lain (Robbins, S.P., & Judge, 2017).

Karakteristik individu dapat diamati dari kemampuan dan keterampilan individu dalam menyelesaikan suatu tugas yang diberikan oleh organisasi, bagaimana individu tersebut mengatasi permasalahan yang dihadapinya dan mampu memenuhi kebutuhannya sendiri dengan tidak bergantung pada orang lain (Thoha, 2011). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan UMKM adalah karakteristik individu para pemilik atau pengelola UMKM itu sendiri, yang salah satunya dapat dilihat melalui dimensi kepribadian. Pengusaha dengan neurotisisme tinggi cenderung mengungkapkan kemarahan dan pengabaian serta melakukan perubahan yang tidak terduga. Pengusaha yang memiliki kepribadian *agreeableness*, *ekstraversi*, dan *openness to experience* akan mudah dalam menerima teknologi baru untuk mengembangkan usahanya. Kepribadian pedagang Pasar Bringharjo dapat menunjukkan bagaimana pola perilaku dan kualitas diri mereka dalam meningkatkan kinerja untuk mencapai keuntungan.

Pegawai yang termotivasi akan memiliki rasa semangat dalam melakukan tugas-tugas yang diberikan sehingga berpengaruh terhadap kinerjanya. Jika seorang pegawai tidak memiliki motivasi akan menunjukkan rasa tidak nyaman dan tidak bergairah terhadap pekerjaan (Kasyifillah & Prijati, 2023). Motivasi merupakan suatu elemen penggerak di dalam diri seorang pengusaha sehingga terjadi kegiatan wirausaha yang akhirnya akan menjamin kelangsungan kegiatan operasional dan dapat memberi peningkatan pada usahanya sehingga akan tercapai tujuan yang diharapkan (Tafonao, 2023). Hubungan antara motivasi dengan kinerja karyawan banyak digunakan untuk mengukur aktivitas kerja, karena motivasi memiliki banyak fungsi sebagai penunjang dalam menghasilkan kinerja. Dari uraian teori, maka penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *agreeableness*, *openness to experience*, *ekstraversi*, dan motivasi terhadap kinerja pedagang pakaian Pasar Bringharjo.

## LANDASAN TEORI

### Kinerja Pedagang UMKM

Kinerja karyawan berdampak pada prestasi yang didapatkan oleh setiap orang dalam suatu organisasi yang secara langsung bermanfaat bagi karyawan itu sendiri dan organisasi yang dicapai berdasarkan hasil kinerja optimal (Rumawas, 2021). Kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas seorang pegawai dalam melaksanakan kewajibannya sesuai dengan tugas yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2017). Menurut (Zaenal, 2012), dalam mengukur kinerja suatu UMKM ada beberapa indikator, antara lain; 1) Pertumbuhan jumlah keuntungan; 2) Pertumbuhan pelanggan; 3) Pelanggan/konsumen yang menggunakan produk semakin meningkat; 4) Penjualan produk secara kuantitas semakin meningkat.

### Kepribadian

Menurut (Robbins, S.P., & Judge, 2017), Kepribadian adalah bermacam-macam tahapan di mana seorang individu dalam merespon dan berinteraksi dengan orang lain. Aspek kepribadian tersebut diantaranya *agreeableness*, *openness to experience* dan *ekstraversi*. *Agreeableness* merupakan kepribadian yang membidik pada keinginan individu untuk setuju dengan pendapat orang lain dan menggambarkan tingkat kepercayaan individu terhadap orang lain (Robbins, 2017). Menurut (McCrae, R. R., & Costa, 2003), terdapat

beberapa aspek perilaku agreeableness, yaitu; Terus terang (*straight-forwardness*); percaya (*trust*); kesederhanaan (*modesty*); berperilaku menolong (*altruism*); kelembutan (*tender-mindedness*).

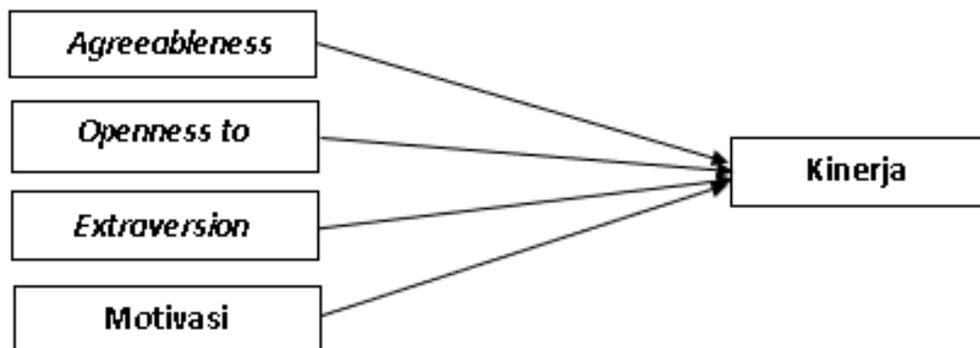
Faktor *openness to experience* menurut (Cervone, D., Pervin, 2020) yaitu mengevaluasi kinerja dirinya secara proaktif dan apresiasi terhadap pengalaman sehubungan dengan kebutuhannya sendiri. Sedangkan menurut (Robbins, S.P., & Judge, 2017) kepribadian *openness to experience* dicirikan dengan indikator sebagai berikut : 1) Keingintahuan yang tinggi, 2) Senang berdiskusi, 3) Dimintai pendapat dengan orang lain, 4) Peka terhadap hal baru.

*Extraversion* memperlihatkan cenderung kepribadian menjadi orang yang *sociable*, dimana orang-orang dalam aspek ini cenderung mengembangkan rasa takut dengan cepat jika merasa sulit untuk berhubungan baik dengan orang lain. Orang yang ekstrovert akan mempelajari berbagai aktivitas orang lain, atau berbagi aktivitas sehari-hari dengan orang lain (Tresnawati, 2016). *Extraversion* merupakan dimensi kepribadian yang menggambarkan tingkat kenyamanan seseorang terhadap suatu hubungan. Kepribadian ini terbagi menjadi dua, yaitu introvert dan ekstrovert. Orang ekstrovert sering kali bersifat kuat, sosial, dan suka berteman. Secara umum, mereka lebih bahagia dan ambisius (Robbins, S.P., & Judge, 2017).

### Motivasi

Motivasi usaha adalah suatu keinginan berusaha secara optimal agar dapat mencapai cita-cita institusi yang dipengaruhi oleh berbagai kemampuan usaha untuk memuaskan setiap kebutuhan individu (Gemina & Ginanjar, 2019). Motivasi dapat didefinisikan menjadi kekuatan yang mendorong karyawan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan. Motivasi karyawan tidak hanya dapat membantu mereka bekerja dengan baik, tetapi juga membantu untuk berjuang dalam mencapai tujuan mereka (Rachman, 2022).

Peneliti yang memiliki beberapa pandangan tentang motivasi, karena besarnya motivasi setiap karyawan berbeda-beda yang dapat mempengaruhi peningkatan bahkan menurunkan kinerja. Beberapa penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara motivasi dan kinerja karyawan, seperti yang dikemukakan oleh (K & Ranjit, 2022) motivasi intrinsik semakin memperkuat kreativitas karyawan dalam memberikan kontribusi terhadap kinerjanya. Menurut (Shahzadi et al., 2014), pengaruh besar motivasi terhadap kinerja karyawan berkaitan dengan pengelolaan dan peningkatan motivasi oleh manajemen.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis:

- H1: *Agreeableness* berpengaruh positif terhadap kinerja pedagang
- H2: *Openness to experience* berpengaruh positif terhadap kinerja pedagang
- H3: *Extraversion* berpengaruh positif terhadap kinerja pedagang
- H4: *Motivasi* berpengaruh positif terhadap kinerja pedagang

**METODE PENELITIAN**

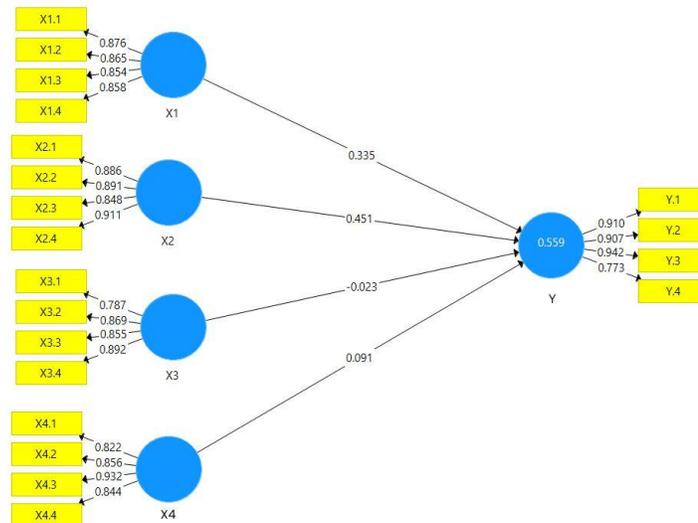
Sample yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang pedagang pakaian di Pasar beringharjo. Metode analisis yang digunakan ialah metode analisis kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data yang dapat dikonversi menjadi angka (scoring) dan jenis data ini dapat dianalisis menggunakan metode atau teknik statistik (Sugiyono, 2023). Data penelitian ini diolah dengan alat analisis berupa *Partial Least Square* (PLS).

**HASIL PENELITIAN**

Data penelitian ini telah diolah dengan alat analisis data berupa PLS. Ada dua tahapan evaluasi dalam PLS diantaranya evaluasi model pengukuran (Outer Model) dan juga evaluasi model structural (Inner Model). Data semua variabel penelitian ini diolah dengan menggunakan software SmartPLS.

**Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)**

**Convergen validity**



Gambar 2. Diagram *outer loading*

Berdasarkan gambar diagram *outer loading* di atas, diketahui bahwa semua indikator variabel penelitian memiliki nilai *outer loading* > 0,7. Menurut Chin (Ghozali, I., & Latan, 2015), nilai *outer loading* antara 0,5- 0,6 memang dianggap cukup dalam syarat *convergen validity*. Hasil olah data penelitian menunjukkan bahwa tidak ada satupun indikator variabel yang nilai *outer loading* nya di bawah 0,5, sehingga semua indikator penelitian ini dinyatakan valid.

### Discriminant Validity

**Tabel 1. Average Variance Extracted (AVE)**

	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
X1	0.745	Valid
X2	0.782	Valid
X3	0.725	Valid
X4	0.747	Valid
Y	0,784	Valid

Data diolah 2025

Suatu indikator akan dinyatakan memenuhi discriminant validity apabila nilai average variant extracted (AVE) untuk setiap indikator penelitian disyaratkan nilainya harus  $> 0,5$  untuk model yang baik (Ghozali, I., & Latan, 2015). Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, diketahui bahwa nilai AVE semua variabel  $> 0,5$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa setiap variabel telah memiliki nilai discriminant validity yang baik. Berdasarkan hasil olah data, setiap indikator pada variabel penelitian juga memiliki nilai cross loading paling besar pada variabel yang dibentuknya jika dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lainnya. Maka dari hasil pengolahan data tersebut dapat dikatakan bahwa semua indikator dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria discriminant validity.

### Composite Reliability

**Tabel 2. Reliability**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	
X1	0.886	0.921	Reliable
X2	0.907	0.935	Reliable
X3	0.874	0.913	Reliable
X4	0.887	0.922	Reliable
Y	0.907	0.935	Reliable

Data diolah 2025

Composite Reliability adalah metode untuk menguji nilai reliabilitas dari indicator-indikator pada suatu variabel. Sebuah variabel dapat dinyatakan telah memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability*  $> 0,7$  (Ghozali, I., & Latan, 2015). Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa nilai *composite reliability* pada seluruh variable penelitian memiliki nilai  $> 0,7$ . Hasil ini menunjukkan bahwa setiap variabel penelitian telah melampaui nilai *composite reliability* yang disyaratkan sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel telah memiliki nilai reliabilitas yang tinggi.

### Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model ini digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dalam penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan mengukur nilai T-statistik dan P- *value* pada masing-masing jalur secara parsial. Pengaruh langsung variable penelitian diukur langsung dari satu variabel ke variabel lainnya.

**Tabel 3. Path (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P-Values
X1 -> Y	0.335	0.331	0.127	2.634	<b>0.009</b>
X2 -> Y	0.451	0.450	0.100	4.523	<b>0.000</b>
X3 -> Y	-0.023	-0.021	0.116	0.197	<b>0.844</b>
X4 -> Y	0.091	0.105	0.097	0.942	<b>0.347</b>

Dari hasil pengolahan data atas, disimpulkan bahwa pengujian pengaruh *agreeableness* terhadap kinerja, diperoleh nilai koefisien  $\beta$  sebesar 0.335 dengan nilai T-statistik sebesar 2.634 lebih besar dari 1,96 dengan nilai *P-value* sebesar  $0.009 < 0.05$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *agreeableness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pedagang. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Nanda et al., 2020) (Li, 2023) yang menjelaskan bahwa *agreeableness* memiliki pengaruh terhadap kinerja. Semakin tinggi *agreeableness* pedagang UMKM maka kinerjanya akan mengalami peningkatan.

Pengujian pengaruh *openness to experience* terhadap kinerja, diperoleh nilai koefisien  $\beta$  sebesar 0.451 dengan nilai T- statistik sebesar  $4.523 > 1,96$  dan *P- value* sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *openness to experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni, 2023) yang menyatakan bahwa *agreeableness* memiliki pengaruh terhadap kinerja pedagang. Semakin tinggi *openness to experience*, dimana pedagang UMKM memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dan mau menerima teknologi dan pengetahuan baru maka kinerjanya akan mengalami peningkatan. Meskipun individu yang terbuka belum tentu lebih mampu daripada rekan-rekan mereka yang kurang terbuka, mereka cenderung melakukan perilaku dan menunjukkan pola pikir yang memfasilitasi perolehan pengetahuan dan keterampilan jangka panjang (Rolfhus & Ackerman, 1999).

Pengujian pengaruh *extraversion* terhadap kinerja, menunjukkan nilai koefisien  $\beta$  sebesar -0.023 dengan nilai T- statistik sebesar 0.197 lebih kecil dari 1,96 dengan nilai *P-value* sebesar  $0.844 > 0.05$ . Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *extraversion* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pedagang. Penelitian ini sesuai dengan pernyataan (Scollon & Diener, 2006) yaitu, indikator *extraversion* memberikan sedikit saja atau bahkan tidak memberikan dukungan terhadap pekerjaan sehingga tidak mempengaruhi kinerja seseorang.

Pengujian pengaruh dari motivasi terhadap kinerja, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.091 dengan T- statistik sebesar  $0.942 < 1,96$  dan *P-value* sebesar  $0.347 > 0.05$ . Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap kinerja. Seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh (Kasyifillah & Prijati, 2023), yang menyatakan bahwa motivasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja. Seorang individu perlu dukungan agar mengerjakan pekerjaannya dengan semangat karena kurangnya dukungan akan membuat motivasinya mengalami penurunan (Tanjung et al., 2023). Pedagang perlu mendapatkan banyak dukungan sehingga termotivasi untuk meningkatkan produktifitas. Dengan meningkatnya produktifitas para pedagang maka pertumbuhan ekonomi di pasar akan mengalami kenaikan dan tidak hanya memberi keuntungan untuk para pedagang.

### Uji Goodness of Fit Model (GoF)

Hasil pengolahan data penelitian semua variabel dengan alat analisis program SmartPLS, maka dapat dilihat nilai R-square:

**Tabel 4. R- Square**

	R Square	R Square Adjusted
X5	0.559	0.541

Hasil olah data di tabel 4. di atas, maka dapat dijelaskan bahwa pengukuran dari variabel kinerja (y) memperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,559 atau 55,9%, artinya ialah kinerja (X2) dipengaruhi oleh *agreeableness* (X1) *openness to experience* (X2), *extraversion* (X3), dan motivasi (X4) sebesar 55,9 %.

### KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan kesimpulan bahwa kinerja pedagang dipengaruhi oleh *agreeableness* dan *openness to experience*. Tetapi variable *extraversion* dan motivasi tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap kinerja pedagang. Hal ini mungkin disebabkan karena para pedagang mungkin tidak memiliki sifat ambisius dalam menjalin hubungan dengan orang lain, sehingga *ekstraversion* tidak menjadi faktor penentu kepribadian dari pedagang.

### Implikasi Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepribadian ekstrovert dan tingkat motivasi tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja pedagang pasar tradisional. Hasilnya menunjukkan bahwa keterampilan sosial yang tinggi dan dorongan internal untuk mencapai tujuan mungkin bukan faktor utama dalam menentukan keberhasilan pedagang di pasar tradisional yang dinamis. Aktifitas yang tinggi karena ramainya transaksi di Pasar Bringharjo membuat pedagang tidak memiliki banyak waktu untuk bersikap ekstrovert. Sebaliknya, terbukti bahwa *agreeableness* dan *openness to experience* berpengaruh kuat terhadap kinerja. Semakin tinggi kepribadian *Agreeableness*, maka semakin meningkat pula kinerja karyawannya (Nanda et al., 2020). Keterbukaan terhadap pengalaman dan hal-hal yang baru mempengaruhi kinerja pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan untuk bekerja sama dan rasa ingin tahu terhadap perubahan adalah faktor penting dalam meningkatkan produktivitas dan efektivitas pedagang. Oleh karena itu, strategi pengembangan pedagang pasar tradisional sebaiknya lebih berkonsentrasi pada meningkatkan keterampilan interpersonal pedagang dan kemampuan mereka untuk menyesuaikan diri dengan tren. Sehingga kemampuan pedagang tidak akan kalah dengan pesaingnya terutama dalam penerimaan teknologi baru. Penelitian anatara kepribadian dengan kinerja hampir secara eksklusif berfokus pada ukuran kinerja yang statis. Penelitian saat ini menunjukkan bahwa wawasan penting tentang pengaruh kepribadian dapat diperoleh dengan juga mempertimbangkan ukuran kinerja yang dinamis (Minbashian et al., 2013).

### Acknowledgement

Terimakasih kepada Universitas Proklamasi 45 yang telah memberikan support dan pendanaan untuk pelaksanaan penelitian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Gemina, D., & Ginanjar, A. (2019). KINERJA USAHA MIRO KECIL MENENGAH MAKANAN KABUPATEN CIANJUR BERBASIS KOMITMEN, KOMPETENSI DAN MOTIVASI USAHA. *Jurnal Visionida*, 5(2 SE-Articles), 1–12. <https://doi.org/10.30997/jvs.v5i2.2201>
- [2] Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [3] K, J., & Ranjit, G. (2022). Explicating intrinsic motivation's impact on job performance: employee creativity as a mediator. *Journal of Strategy and Management*, 15(4), 647–664. <https://doi.org/10.1108/JSMA-04-2021-0091>
- [4] Kasyifillah, M. H., & Prijati. (2023). Pengaruh Motivasi, Disiplin Kerja, Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pt Usaha Yekapepe Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(7), 1–18.
- [5] Li, Y. (2023). The impact of personality traits on work performance. *SHS Web of Conferences*, 180, 03018. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202318003018>
- [6] McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2003). *d: a five-factor theory perspective* (2nd ed.). Guilford Press.
- [7] Minbashian, A., Earl, J., & Bright, J. (2013). Openness to Experience as a Predictor of Job Performance Trajectories. *Applied Psychology An International Review*, 62. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2012.00490.x>
- [8] Nanda, E. M., Dewinda, H. R., & Syahrina, I. A. (2020). Hubungan Antara Kepribadian Agreeableness Dengan Kinerja Karyawan Di Pt. Haleyora Power Singkarak Sumatera Barat. *Psyche 165 Journal*, 13(1), 35–43. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v13i1.43>
- [9] Pervin, L. A., Cervone, D., dan J. O. . (2010). *Psikologi Kepribadian : Teori dan Penelitian*. Kencana.
- [10] Rachman, M. (2022). Impact of Motivation on Performance: The Role of Organizational Commitment. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 15, 376–393. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i3.37848>
- [11] Rerung, R. R. (2019). *Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Employee Engagement dan Organizational Citizenship Behavior*. CV. Media Sains Indonesia.
- [12] Robbins, S.P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior (17th ed)*. Pearson. Pearson.
- [13] Rolfhus, E. L., & Ackerman, P. L. (1999). Assessing individual differences in knowledge: Knowledge, intelligence, and related traits. *Journal of Educational Psychology*, 91(3), 511–526. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.91.3.511>
- [14] Rumawas, W. (2021). *Manajemen Kinerja*. Unsrat Press.
- [15] Scollon, C. N., & Diener, E. (2006). Love, work, and changes in extraversion and neuroticism over time. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(6), 1152–1165. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.91.6.1152>
- [16] Shahzadi, I., Javed, A., Pirzada, S. S., Nasreen, S., & Khanam, F. (2014). Impact of Employee Motivation on Employee Performance. *European Journal of Business and Management*, 6, 159–166. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:40479453>
- [17] Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- [18] Tafonao, S. (2023). PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL

MENENGAH PADA USAHA DAGANG DESA ORAHILI GOMO KECAMATAN GOMO. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 6(1 SE-Articles).  
<https://doi.org/10.57094/jim.v6i1.1796>

- [19] Tambunan, T. (2020). *Pasar Tradisional Dan Peran Umkm*. IPB Press.
- [20] Tanjung, R., Romi, H., & Firmansyah, F. (2023). PENGARUH MOTIVASI, KOMUNIKASI, KOMITMEN ORGANISASI, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. DHARMA PACIFIC ENGINEERING. *MANAJERIAL DAN BISNIS TANJUNGPINANG*, 6(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.52624/manajerial.v6i1.2385>
- [21] Tresnawati, F. R. (2016). Hubungan Antara the Big Five Personality Traits Dengan Fear of Missing Out About Social Media Pada Mahasiswa. *INTUISI: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 179–185.
- [22] Wahyuni, P. (2023). The Effect of Big Five Personality on Performance of Beringharjo Market Batik Traders With Coaching As A Mediation. *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 6(1), 36–45. <https://doi.org/10.32535/apjme.v6i1.2128>