Journal of Management and Creative Business
Volume 4 Nomor 4 Oktober 2026
e-ISSN: 2962-1119; p-ISSN: 2962-0856, Hal. 1114-1124
DOI: https://doi.org/10.30640/jmcbus.v4i4.8061
Tersedia: https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus

Pengaruh *Entrepreneurial Personality* terhadap *Entrepreneurial Action* pada Pelaku UMKM di Kabupaten Kuningan

Firza Siti Nur Khofifah[1], Dede Kurnia[2*], Azizah Fauziyah[3]
[1-3]Kewirausahaan, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

**Penulis Korespondensi: dedekurnialagi@upi.edu*

Abstract. *Entrepreneurial action is essential for supporting the growth and sustainability of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, many MSME owners still encounter difficulties in translating entrepreneurial potential into concrete business actions. This study examines the influence of entrepreneurial personality on entrepreneurial action among MSME owners in Kuningan Regency, Indonesia. A quantitative method with a descriptive-verificative design was applied. Data were collected through questionnaires distributed to 382 MSME owners selected using simple random sampling. The data were analyzed using descriptive statistics, classical assumption tests, simple linear regression, coefficient of determination, and t-test. The results show that both entrepreneurial personality and entrepreneurial action are classified as high. Entrepreneurial personality has a positive and significant effect on entrepreneurial action, as indicated by a regression coefficient of 0.772, a t-value of 18.736, and a significance value of <0.001. Furthermore, the coefficient of determination (R^2) of 0.480 indicates that entrepreneurial personality explains 48.0% of the variance in entrepreneurial action. The findings highlight entrepreneurial personality as an important internal factor that encourages MSME owners to engage in more proactive entrepreneurial actions and supports business development.*

Keywords: *Business Development; Entrepreneurial Action; Entrepreneurial Personality; Kuningan Regency; MSMEs.*

Abstrak. Tindakan kewirausahaan berperan penting dalam mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, sebagian pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengubah potensi kewirausahaan yang dimiliki menjadi tindakan bisnis yang konkret. Kajian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Entrepreneurial Personality* terhadap *Entrepreneurial Action* pada pelaku UMKM di Kabupaten Kuningan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif-verifikatif untuk menggambarkan kondisi variabel sekaligus menguji hubungan antarvariabel. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 382 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Personality* dan *Entrepreneurial Action* tergolong dalam kategori tinggi. *Entrepreneurial Personality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Action* dengan koefisien regresi sebesar 0,772, nilai t sebesar 18,736, dan signifikansi <0,001. Nilai R^2 sebesar 0,480 mengindikasikan bahwa *Entrepreneurial Personality* mampu menjelaskan 48,0% variasi *Entrepreneurial Action*. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan kepribadian kewirausahaan dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam mengenali peluang, mengambil keputusan, mengelola sumber daya, dan mengembangkan usahanya.

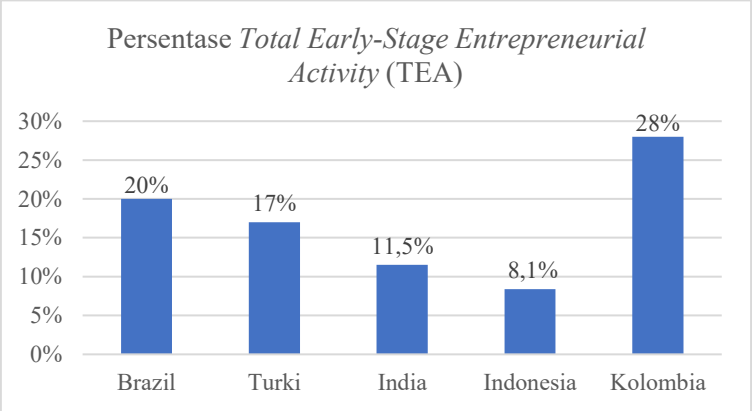
Kata kunci: Pengembangan Bisnis; Kepribadian Kewirausahaan; Kabupaten Kuningan; Tindakan Kewirausahaan; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Kewirausahaan merupakan salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan produktivitas, serta penguatan daya saing suatu negara (Yaskun dkk. 2023). Meskipun demikian, tingkat keterlibatan masyarakat Indonesia dalam aktivitas kewirausahaan masih relatif rendah. Kementerian Usaha Mikro (2025) mencatat bahwa rasio kewirausahaan Indonesia baru mencapai 3,29% dari total penduduk. Kondisi tersebut sejalan dengan laporan *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* 2022 yang menunjukkan bahwa nilai *Total Early-stage Entrepreneurial Activity* (TEA)

Naskah Masuk: 24 Juli 2026; Revisi: 13 Agustus 2026; Diterima: 26 September 2026; Terbit: 02 Oktober 2026

Indonesia hanya sebesar 8,01%, lebih rendah dibandingkan dengan Brazil, Turki, India dan Kolombia. Rendahnya tingkat partisipasi masyarakat dalam memulai usaha menunjukkan bahwa kapasitas kewirausahaan di Indonesia masih perlu diperkuat. Dalam konteks tersebut, *entrepreneurial action* menjadi salah satu aspek penting karena mencerminkan kemampuan individu untuk mengubah peluang usaha menjadi tindakan nyata yang dapat mendukung peningkatan kualitas kewirausahaan.



Gambar 1. Persentase *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity* (TEA) tahun 2022.

Sumber: Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2022 (diolah penulis, 2026).

Entrepreneurial action merupakan tindakan nyata yang dilakukan pelaku usaha dalam mengenali, mengevaluasi, dan merealisasikan peluang usaha di bawah kondisi ketidakpastian. Dalam proses kewirausahaan, tindakan yang dilakukan pelaku usaha tidak semata-mata ditentukan oleh intensi berwirausaha, melainkan juga oleh aspek psikologis dan pola pengambilan keputusan yang digunakan dalam mengidentifikasi serta menindaklanjuti peluang usaha (Ratinho and Sarasvathy 2024). Oleh karena itu, kemampuan pelaku usaha untuk melakukan *entrepreneurial action* menjadi penting dalam mendukung pengembangan usaha, khususnya pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Permasalahan terkait rendahnya *entrepreneurial action* juga terlihat pada perkembangan UMKM di Kabupaten Kuningan. Berdasarkan data UMKM Kabupaten Kuningan, jumlah UMKM mengalami penurunan sebesar 21,95% dari 54.927 unit pada tahun 2024 menjadi 42.869 unit pada tahun 2025 (Diskoperindag, 2025). Selain itu, data Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kuningan (2023) menunjukkan bahwa hanya 202 UMKM yang telah tergolong modern. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM masih mengalami kendala dalam mengembangkan inovasi, menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan usaha, serta menjalankan upaya pengembangan bisnis secara berkelanjutan. Padahal, kemampuan mengenali peluang, memobilisais sumber daya, serta

merealisasikan peluang melalui tindakan nyata merupakan bagian penting dari *entrepreneurial action* yang berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha (Ouyang dkk. 2024).

Sejumlah kajian menjelaskan bahwa *entrepreneurial action* tidak hanya terbentuk karena pengaruh lingkungan eksternal, tetapi juga dipengaruhi oleh karakteristik internal individu. Dalam hal ini, *entrepreneurial personality* menjadi salah satu faktor internal yang berperan penting dalam mendorong munculnya tindakan kewirausahaan (Antončič and Auer Antončič 2023). Karakteristik kepribadian memengaruhi cara individu mengenali peluang, merespons tantangan, serta mengambil keputusan dalam aktivitas kewirausahaan (Runst & Thomä, 2023). Berdasarkan *Trait Personality Theory* Costa and McCrae (1992), karakteristik kepribadian menjadi determinan penting yang memengaruhi perilaku individu. Dalam konteks kewirausahaan, karakteristik tersebut tercermin melalui dimensi *Big Five Personality*, yakni *openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness,* dan *emotional stability*, yang diyakini mampu mendorong individu untuk bertindak lebih proaktif dalam menjalankan usaha (Hagenauer and Zipko 2024). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa karakteristik kepribadian berperan dalam memengaruhi kemampuan entrepreneur untuk mengenali dan mengeksploitasi peluang usaha, sehingga mendukung proses pengembangan aktivitas kewirausahaan (Leonelli dkk. 2022).

Penelitian yang menghubungkan *entrepreneurial personality* dengan *entrepreneurial action* masih tergolong sedikit. Sebaliknya, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji hubungan *entrepreneurial personality* dengan *entrepreneurial intention*, perilaku inovatif, maupun berbagai luaran kewirausahaan seperti kinerja usaha, sedangkan penelitian yang secara khusus menguji pengaruhnya terhadap *entrepreneurial action* masih relatif terbatas (Pandey dkk., 2023;Runst and Thomä 2023;Singh and Basri 2024). Sementara itu, kajian yang menempatkan *entrepreneurial action* sebagai variabel dependen, khususnya pada konteks pelaku UMKM di tingkat daerah, masih belum banyak dilakukan. Padahal, *entrepreneurial action* merepresentasikan implementasi nyata dari peluang bisnis yang menjadi kunci dalam pengembangan usaha (Müller dkk. 2023). Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan pada pengujian pengaruh *entrepreneurial personality* terhadap *entrepreneurial action* pada pelaku UMKM di Kabupaten Kuningan. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai faktor psikologis yang mendorong tindakan kewirausahaan, sekaligus memberikan bukti empiris mengenai peran *entrepreneurial personality* dalam meningkatkan *entrepreneurial action* pada konteks UMKM di daerah berkembang. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menguji pengaruh *entrepreneurial personality* terhadap *entrepreneurial action* pada pelaku UMKM di Kabupaten Kuningan.

2. KAJIAN TEORITIS

Entrepreneurial Personality

Berbagai penelitian menjelaskan *Entrepreneurial personality* sebagai kumpulan karakter psikologis yang membentuk cara individu mengenali peluang, mengevaluasi risiko, serta menentukan tindakan bisnis yang akan di ambil. Konsep ini didasarkan pada *Trait Personality Theory* yang dikembangkan oleh Costa and McCrae (1992), yang menjelaskan bahwa kepribadian terdiri atas lima dimensi utama, yaitu *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *emotional stability*. Kelima dimensi tersebut membentuk kecenderungan individu dalam merespons peluang, menghadapi tantangan, serta beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Dalam konteks kewirausahaan, karakteristik kepribadian menjadi salah satu faktor internal yang memengaruhi perilaku kewirausahaan. Penelitian Haj Youssef dkk. (2025) menunjukkan bahwa *Big Five personality traits* berperan penting dalam membentuk perilaku kewirausahaan melalui cara individu mengenali peluang, menghadapi risiko, dan mengambil keputusan dalam aktivitas bisnis. Sejalan dengan itu, Güney and Turan (2025) menjelaskan bahwa karakteristik kepribadian memengaruhi kemampuan entrepreneur dalam mengenali peluang usaha, yang selanjutnya mendorong munculnya perilaku kewirausahaan. Kondisi tersebut mengisyaratkan bahwa, penelitian ini mengukur *entrepreneurial personality* melalui lima indikator, yaitu keterbukaan terhadap pengalaman, kedisiplinan, ekstraversi, keramahan, dan stabilitas emosional.

Entrepreneurial Action

Entrepreneurial action merupakan tindakan nyata pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang bisnis melalui pengambilan keputusan dan pelaksanaan aktivitas usaha di tengah kondisi yang penuh ketidakpastian. Menurut McMullen and Shepherd (2006), *entrepreneurial action* merupakan tindakan individu dalam merespons peluang usaha di bawah kondisi ketidakpastian melalui proses penilaian peluang serta kesediaan menanggung ketidakpastian tersebut. Fakta empiris memperlihatkan, kewirausahaan dipandang bukan sekadar sebagai intensi untuk berwirausaha, melainkan sebagai serangkaian tindakan nyata yang diwujudkan melalui proses penciptaan dan pengembangan usaha.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa *entrepreneurial action* dipengaruhi oleh berbagai variabel psikologis serta logika pengambilan keputusan yang digunakan *entrepreneur* dalam menghadapi kondisi ketidakpastian (Ratinho and Sarasvathy, 2024). Selain itu, Stevenson dkk. (2024) menemukan bahwa identitas kewirausahaan mendorong individu untuk terlibat dalam tindakan kewirausahaan aktual. Dalam penelitian ini, *entrepreneurial action*

diukur melalui lima indikator, yaitu pengenalan peluang, keputusan untuk bertindak, eksekusi peluang, mobilisasi sumber daya, dan adaptasi terhadap ketidakpastian.

Berdasarkan *Trait Personality Theory*, karakteristik kepribadian merupakan faktor internal yang memengaruhi kecenderungan individu dalam berpikir dan bertindak. Dalam konteks kewirausahaan, *entrepreneurial personality* dapat mendorong pelaku usaha untuk mengenali peluang, mengambil keputusan, serta menindaklanjuti peluang melalui tindakan kewirausahaan. Namun, penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji *entrepreneurial personality* dalam kaitannya dengan *entrepreneurial intention*, inovasi, maupun kinerja usaha, sedangkan kajian yang secara khusus menguji pengaruhnya terhadap *entrepreneurial action* pada konteks UMKM di Indonesia masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji pengaruh *entrepreneurial personality* terhadap *entrepreneurial action* pada pelaku UMKM di Kabupaten Kuningan.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian sebelumnya, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah bahwa *Entrepreneurial Personality* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Action* pada pelaku UMKM di Kabupaten Kuningan.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini mengkaji dua variabel, yaitu *Entrepreneurial Personality* sebagai variabel independen dan *Entrepreneurial Action* sebagai variabel dependen. Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif-verifikatif. Pendekatan tersebut digunakan untuk menjelaskan kondisi *entrepreneurial personality* dan *entrepreneurial action*, sekaligus menguji pengaruh *entrepreneurial personality* terhadap *entrepreneurial action* pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kuningan. Populasi penelitian yaitu seluruh pelaku UMKM aktif di Kabupaten Kuningan. Penentuan jumlah responden dilakukan dengan menerapkan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 5%. Selanjutnya, responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* sesuai dengan kriteria penelitian, sehingga diperoleh sebanyak 382 pelaku UMKM yang menjadi sampel penelitian. Informasi utama penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM menggunakan skala Likert lima tingkat, sementara itu data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen, laporan, dan publikasi yang berkaitan dengan penelitian. Data dikumpulkan menggunakan pendekatan *cross-sectional*, yaitu pengumpulan data dalam satu periode waktu. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator *Entrepreneurial Personality* yang meliputi *openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness,* dan *emotional*

stability, serta indikator *Entrepreneurial Action* yang terdiri atas *opportunity recognition, decision to act, opportunity execution, resource mobilization,* dan *adaptation to uncertainty*. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh butir pernyataan dinyatakan memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas, sehingga instrumen penelitian dinilai layak untuk digunakan dalam proses pengumpulan data. Data penelitian dianalisis melalui IBM SPSS Statistics versi 25 melalui analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, koefisien determinasi (R^2), dan uji *t* untuk menguji hipotesis penelitian dengan mengacu pada Ghozali (2021). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai $Y = \alpha + \beta X + e$, di mana Y merupakan *Entrepreneurial Action*, X merupakan *Entrepreneurial Personality*, α adalah konstanta, β merupakan koefisien regresi, dan e adalah *eror*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilaksanakan pada Mei–Juni 2026 di Kabupaten Kuningan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM, baik secara langsung maupun melalui media daring. Dari 397 kuesioner yang terkumpul, sebanyak 15 data teridentifikasi sebagai *outlier* dan dieliminasi, sehingga data yang dianalisis berjumlah 382 responden. Sebelum dilakukan interpretasi terhadap hasil analisis deskriptif, terlebih dahulu ditetapkan kriteria kategorisasi mengacu pada *Mean Ideal* (Mi) dan *Standar Deviasi Ideal* (SDi). Kriteria ini digunakan sebagai dasar untuk mengelompokkan skor variabel ke dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi sehingga memudahkan interpretasi hasil penelitian. Kriteria kategorisasi variabel disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Kategorisasi Variabel.

Perhitungan	Rentang skor	Kategori
X > 45 + 10	X > 55	Tinggi
45 – 10 ≤ X ≤ 45 + 10	35 ≤ X ≤ 55	Sedang
X < 45 - 10	X < 35	Rendah

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Gambaran *Entrepreneurial Personality* dan *Entrepreneurial Action*

Hasil analisis deskriptif memperlihatkan bahwa *Entrepreneurial Personality* memiliki nilai rata-rata sebesar 65,52 tergolong ke dalam kategori tinggi. Hasil analisis ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kabupaten Kuningan telah memiliki karakteristik kewirausahaan yang relatif baik, terutama dalam membangun hubungan sosial, emnjaga kedisiplinan, serta mengelola emosi dalam menjalankan usaha. Sementara itu, *Entrepreneurial Action* memperoleh nilai rata-rata sebesar 62,91 yang tergolong pada kategori

tinggi, hal ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM cenderung telah mengenali peluang, memobilisasi sumber daya, serta menjalankan tindakan usaha scera aktif. Kedua variabel tersebut berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Kuningan secara umum telah memiliki karakteristik kewirausahaan dan tindakan kewirausahaan yang baik. Rata-rata skor masing-masing variabel disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.

Variabel	Mean	SD	Kategori
Entrepreneurial Personality	65,52	4,246	Tinggi
Entrepreneurial Action	62,91	4,727	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Berdasarkan nilai indeks indikator, *Entrepreneurial Personality* didominasi oleh indikator ekstraversi (4,45), diikuti kedisiplinan (4,41), keramahan (4,41), stabilitas emosional (4,31), dan keterbukaan terhadap pengalaman (4,25). Sementara itu, pada variabel *Entrepreneurial Action*, indikator mobilisasi sumber daya memperoleh nilai tertinggi (4,31), sedangkan keputusan untuk bertindak memperoleh nilai terendah (4,02). Ringkasan nilai indeks indikator disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai Indeks Indikator Variabel Penelitian.

Entrepreneurial Personality	**Indeks**	***Entrepreneurial Action***	**Indeks**
Ekstraversi	4,45	Mobilisasi Sumber Daya	4,31
Kedisiplinan	4,41	Adaptasi terhadap Ketidakpastian	4,30
Keramahan	4,41	Ekseskusi Peluang	4,27
Stabilitas Emosional	4,31	Pengenalan Peluang	4,06
Keterbukaan terhadap Pengalaman	4,25	Keputusan untuk Bertindak	4,02

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki karakteristik kewirausahaan yang relatif kuat, terutama dalam kemampuan membangun hubungan sosial, bekerja sama, dan menjalankan usaha secara bertanggung jawab. Sebaliknya, keterbukaan terhadap pengalaman masih menjadi aspek yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kemampuan menerima perubahan, mengeksplorasi ide baru, dan beradaptasi terhadap perkembangan pasar masih perlu diperkuat. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa karakteristik kepribadian bukan hanya membentuk kecenderungan psikologis individu, tetapi juga mendorong keberanian pelaku UMKM dalam mengambil tindakan bisnis. Temuan tersebut konsisten dengan penelitian (Singh and Basri 2024) yang menunjukkan bahwa karakteristik kepribadian berperan dalam membentuk perilaku kewirausahaan melalui kemampuan membangun jaringan dan memanfaatkan peluang bisnis.

Pada variabel *Entrepreneurial Action*, tingginya indikator mobilisasi sumber daya menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah mampu memanfaatkan modal, tenaga kerja, aset,

dan jaringan usaha secara efektif untuk mendukung pengembangan usaha. Sebaliknya, indikator keputusan untuk bertindak yang memperoleh nilai terendah menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih cenderung berhati-hati ketika harus mengambil keputusan bisnis pada situasi yang penuh ketidakpastian. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan implementasi usaha relatif lebih kuat dibandingkan keberanian mengambil keputusan awal dalam memanfaatkan peluang bisnis.

Uji Hipotesis

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data, *Entrepreneurial Personality* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Action*. Ringkasan hasil pengujian tersebut disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.

Variabel	B	T	Sig.
Konstanta	12,347	4,566	0,000
Entrepreneurial Personality	0,772	18,736	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Nilai koefisien regresi sebesar 0,772 mengindikasikan bahwa peningkatan *Entrepreneurial Personality* akan diikuti oleh peningkatan *Entrepreneurial Action*. Tingkat signifikansi di bawah 0,05 memperkuat bahwa hubungan antara *Entrepreneurial Personality* dan *Entrepreneurial Action* bersifat signifikan. Dengan demikian, karakteristik kepribadian dapat dipahami sebagai faktor internal yang membantu pelaku UMKM dalam mengambil tindakan kewirausahaan, mulai dari mengenali peluang, menentukan keputusan usaha, mengoptimalkan sumber daya, hingga mengembangkan bisnisnya.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,480 mengindikasikan bahwa *Entrepreneurial Personality* memiliki kemampuan menjelaskan variasi *Entrepreneurial Action*. Hasil analisis tersebut disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Koefisien determinasi.

R	R^2	Adjusted R^2
0,693	0,480	0,479

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Personality* mampu menjelaskan 48,0% variasi *Entrepreneurial Action*. Sementara itu, sebesar 52,0% variasi *Entrepreneurial Action* dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model penelitian. Hasil tersebut sejalan dengan *Trait Personality Theory* yang menegaskan bahwa karakteristik kepribadian berperan dalam membentuk kecenderungan individu dalam berpikir dan bertindak. Dalam konteks kewirausahaan, pelaku usaha yang memiliki keterbukaan terhadap pengalaman,

kedisiplinan, ekstraversi, keramahan, dan stabilitas emosional yang baik cenderung lebih proaktif dalam mengenali peluang dan merealisasikannya melalui tindakan nyata.

Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Zhu dkk. (2025) dan Rienda, Andreu, and Yang (2025) yang menunjukkan bahwa karakteristik kepribadian berkontribusi terhadap munculnya perilaku dan tindakan kewirausahaan. Meskipun demikian, masih terdapat faktor lain yang turut memengaruhi *Entrepreneurial Action*, seperti pengalaman berwirausaha, lingkungan bisnis, dukungan sosial, persepsi terhadap peluang, serta kemampuan menghadapi risiko. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan faktor-faktor tersebut agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pembentukan tindakan kewirausahaan pada pelaku UMKM.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian memebuktikan bahwa *Entrepreneurial Personality* merupakan faktor internal yang berperan penting dalam mendorong terbentuknya *Entrepreneurial Action* pada pelaku UMKM di Kabupaten Kuningan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa penguatan karakteristik kepribadian kewirausahaan dapat meningkatkan kecenderungan pelaku usaha untuk mengenali peluang, mengambil keputusan, memobilisasi sumber daya, serta merealisasikan peluang usaha menjadi tindakan yang nyata.Dengan demikian, *Entrepreneurial Personality* menjadi faktor internal penting yang mendorong terbentuknya tindakan kewirausahaan nyata dalam pengembangan usaha UMKM.

DAFTAR REFERENSI

Antončič, B., & Antončič, J. A. (2023). Psychological and sociological determinants of entrepreneurial intentions and behaviors. Frontiers in Psychology, 14, 1076768. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1076768

Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI): Professional manual. Psychological Assessment Resources.

Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kuningan. (2023). Data UMKM modern Kabupaten Kuningan tahun 2023.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS 26 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Global Entrepreneurship Monitor. (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 global report: Adapting to a “new normal”.

Güney, M., & Turan, M. (2025). Relationship between personality traits and opportunity recognition: The mediating role of entrepreneurial alertness and conditional indirect effect of self-efficacy. İş ve İnsan Dergisi, 33–47. https://doi.org/10.18394/iid.1558825

Hagenauer, W., & Zipko, H. T. (2024). The relationship between entrepreneurial personality patterns linked to risk, innovation and gender across industrial sectors. Scientific Reports, 14(1). https://doi.org/10.1038/s41598-024-71794-5

Haj Youssef, M., Sayour, N., Valaei, N., Hussein, H., & Harakeh, M. (2026). The impact of Big Five personality traits on entrepreneurial orientation. Entrepreneurship & Regional Development, 38(1–2), 185–209. https://doi.org/10.1080/08985626.2025.2570320

Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Republik Indonesia. (2025). Kementerian UMKM lampaui target rasio kewirausahaan nasional 2025.

Leonelli, S., Iaia, L., Masciarelli, F., & Vrontis, D. (2022). Keep dreaming: How personality traits affects the recognition and exploitation of entrepreneurial opportunities in the agritourism industry. British Food Journal, 124(7), 2299–2320. https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2021-1150

McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. Academy of Management Review, 31(1), 132–152. https://doi.org/10.5465/amr.2006.19379628

Müller, S., Kirst, A. L., Bergmann, H., & Bird, B. (2023). Entrepreneurs' actions and venture success: A structured literature review and suggestions for future research. Small Business Economics, 60(1), 199–226. https://doi.org/10.1007/s11187-022-00644-3

Ouyang, S., Li, R., Chen, K., & Liu, Z. (2024). Entrepreneurial sustainability: The impact mechanism of opportunity co-creation on entrepreneurial action in underdeveloped regions. Sustainability, 16(20), 8781. https://doi.org/10.3390/su16208781

Pandey, D. L., Uprety, S. K., & Risal, N. (2023). Personality traits and their impact on the social entrepreneurial intentions of management students: A test of Big Five personality approach. Journal of Innovation and Entrepreneurship, 12(1). https://doi.org/10.1186/s13731-023-00342-8

Ratinho, T., & Sarasvathy, S. (2024). Entrepreneurial actions under uncertainty: The role of psychological variables and decision logics. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 30. https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2023-1316

Rienda, L., Andreu, R., & Yang, Y. (2025). Entrepreneurs' proactive personality, network involvement, and international entrepreneurial intention in family SMEs. Review of Managerial Science. https://doi.org/10.1007/s11846-025-00899-6

Runst, P., & Thomä, J. (2023). Resilient entrepreneurs? Revisiting the relationship between the Big Five and self-employment. Small Business Economics, 61(1), 417–443. https://doi.org/10.1007/s11187-022-00686-7

Singh, S., & Basri, S. (2024). The personality-driven startup: How Big Five traits influence networking behavior and business success. Cogent Business & Management, 11(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2415530

Stevenson, R., Guarana, C. L., Lee, J., Conder, S. L., Arvate, P., & Bonani, C. (2024). Entrepreneurial identity and entrepreneurial action: A within-person field study. Personnel Psychology, 77(1), 197–224. https://doi.org/10.1111/peps.12611

Yaskun, M., Sudarmiatin, Hermawan, A., & Rahayu, W. P. (2023). The effect of market orientation, entrepreneurial orientation, innovation and competitive advantage on business performance of Indonesian MSMEs. International Journal of Professional Business Review, 8(4). https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1563

Zhu, F., Adomako, S., Donbesuur, F., Ahsan, M., Shinnar, R., & Sadeghi, A. (2025). Entrepreneurial passion, alertness and opportunity recognition: Affective-cognitive interactions in dynamic environments. International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship, 43(4), 358–390. https://doi.org/10.1177/02662426241298176