

KEPRIBADIAN *HONESTY-HUMILITY* DAN PERILAKU *IMPRESSION MANAGEMENT* PADA KARYAWAN DINAS KOPERASI DAN UMKM PROVINSI JAWA TENGAH

Khairisa Ramadhani Primawestri, Anggun Resdasari Prasetyo

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

khairisa.primawestri21@gmail.com

Abstrak

Pegawai Negeri Sipil sedang menghadapi tuntutan penilaian kinerja berorientasi hasil dan perombakan struktur birokrasi. Perilaku *Impression Management* (IM) berfungsi sebagai perilaku *political influence* di mana karyawan berusaha mengendalikan penilaian terhadap dirinya untuk memengaruhi pengambilan keputusan dalam organisasi. Kepribadian *honesty-humility* sebagai salah satu faktor kepribadian baru dalam inventori HEXACO belum banyak ditinjau sebagai antecedent dari perilaku IM. Karakteristik *honesty-humility* mencakup sifat-sifat tulus, adil, rendah hati dan menjauhi ketamakan sehingga akan bekerjasama tanpa memanfaatkan orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepribadian *honesty-humility* dengan perilaku IM pada karyawan Dinas Koperasi dan UMKM (Dinkop-UMKM) Provinsi Jawa Tengah. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat korelasi negatif antara *honesty-humility* dengan perilaku IM. Subjek penelitian adalah 86 karyawan Dinkop-UMKM Provinsi Jawa Tengah dari populasi sebanyak 141 karyawan melalui *simple random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan dua skala, yaitu skala modifikasi *Impression Management Scale* (28 aitem; $\alpha = 0,953$) serta skala modifikasi dari Skala *Honesty-Humility* dalam *HEXACO Personality Inventory* (29 aitem; $\alpha = 0,929$). Hasil analisis regresi menunjukkan adanya korelasi negatif dan signifikan antara *honesty-humility* dengan perilaku IM pada karyawan Dinkop-UMKM ($r_{xy} = -0,515$; $p < 0,001$). *Honesty-Humility* memberikan sumbangan efektif 26,6% terhadap perilaku IM yang menunjukkan bahwa perilaku IM ditentukan oleh interaksi faktor individu dengan faktor situasional dan organisasional.

Kata kunci: kepribadian HEXACO; *honesty-humility*; *impression management*; PNS.

Abstract

Civil officers deals with restructurization and result-oriented performance evaluation. *Impression Management* (IM) behavior serves as *political influence* behavior where officers manage the evaluation towards themselves to influence organization's decision. *Honesty-Humility* as one of the new personality factor in the HEXACO inventory had been scarcely used to be examined as antecedent of IM behavior. Characteristics of *honesty-humility* includes traits of fairness, sincerity, modesty and greed-avoidance to deal with others without exploiting. The study aims to study the correlation between *honesty-humility* with IM behavior of officers in the Central Java Province Office of Cooperatives and Micro, Small, and Intermediate Enterprises (Dinas Koperasi dan UMKM of Central Java Province, abbreviated Dinkop-UMKM Central Java Province). The hypothesis proposed is negative correlation between *honesty-humility* and IM behavior. Research subject consists of 86 officers from the population of 141 Dinkop-UMKM Central Java Province officers through simple random sampling. Data were collected using modification scale of *Impression Management Scale* (28 items; $\alpha = .953$) and modification scale of *Honesty-Humility Scale* in *HEXACO Personality Inventory* (29 items; $\alpha = .929$). Simple regression analysis shows negative and significant correlation between *honesty-humility* and IM behavior ($r_{xy} = -.515$; $p < 0,001$). *Honesty-Humility* has 26,6% effective contribution to IM behavior, which indicates that IM behavior are determined by the interaction of individual factors with situational and organizational factors.

Keywords: HEXACO personality; *honesty-humility*; *impression management*; civil officers.

PENDAHULUAN

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Dinkop-UMKM) Provinsi Jawa Tengah merupakan instansi pemerintah yang memberikan pelayanan pada koperasi dan UMKM di Jawa Tengah untuk mendorong kemandirian ekonomi. Berjalannya fungsi-fungsi Dinkop-UMKM Provinsi Jawa Tengah membutuhkan dukungan dari sumber daya manusia yang

memadai, tidak hanya dari kuantitas namun juga kualitas untuk menjalankan fungsi organisasinya dengan baik. Upaya negara untuk meningkatkan kualitas pelayanan birokrasi adalah melalui patokan penilaian kinerja yang kini berorientasi pada hasil (Media Indonesia, 2015), sedangkan upaya untuk meningkatkan efektivitas birokrasi dilakukan melalui perampingan struktur birokrasi. Situasi tersebut dapat mendorong seorang karyawan untuk berupaya memengaruhi pengambilan keputusan dalam organisasi melalui usaha meningkatkan nilai dirinya di mata pihak yang berpengaruh terhadapnya.

Sebuah upaya *self-presentation* yang dilakukan seorang karyawan untuk meningkatkan *image* nya di mata orang lain disebut dengan *impression management* (Sinha, 2008). Memahami perilaku IM yang dilakukan oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS) merupakan fokus yang layak untuk diteliti, antara lain untuk mengetahui tingkat perilaku IM yang dilaporkan oleh PNS di lingkungan tempat kerja serta faktor yang berkontribusi terhadap perilaku IM pada PNS. Pemahaman terhadap perilaku IM dapat diperoleh dengan jalan meninjau antesedennya. Anteseden-anteseden tersebut didasari oleh perspektif pengaruh politis (*political influence perspective*) dalam organisasi (Ferris, 1991). Perspektif politis organisasi mengasumsikan bahwa organisasi tersusun dari berbagai macam individu dan koalisi dengan kepentingan yang beragam, dan keputusan-keputusan dalam organisasi diambil dari proses pengaruh interpersonal. Perilaku *political influence* seperti IM ditentukan oleh karakteristik aktor, karakteristik target, dan karakteristik situasional.

Bolino, Kacmar, Turnley, & Gilstrap (2008), menggambarkan perilaku IM sebagai upaya seorang aktor untuk menjaga, melindungi, atau sebaliknya mengubah *image* yang dimilikinya terhadap penonton sasaran. Aktor pun menggunakan taktik-taktik IM berupa perilaku-perilaku spesifik yang dirancang untuk menciptakan *image* yang diinginkan. Berdasarkan definisi Bolino dkk. (2008), dapat disimpulkan bahwa perilaku IM adalah perilaku yang ditampilkan seseorang untuk menciptakan, menjaga, mengendalikan, atau bahkan mengubah impresi (kesan) yang dimiliki orang lain mengenai dirinya. Dimensi perilaku IM yang diukur dalam *Impression Management Scale* rancangan Bolino & Turnley (dalam DuBrin, 2011) adalah: 1) *ingratiation*, yaitu berusaha untuk terlihat mudah disukai dengan memuji orang lain atau memberikan bantuan bagi orang lain, 2) *self-promotion*, yaitu berusaha terlihat kompeten dengan menggembar-gemborkan kemampuan dan pencapaian pribadi, 3) *exemplification*, yaitu berusaha terlihat berdedikasi dengan berada di atas dan melampaui panggilan tugas, 4) *supplication*, yaitu berusaha terlihat membutuhkan dengan menunjukkan kelemahan atau keterbatasan dan 5) *intimidation*, yaitu berusaha terlihat mengintimidasi dengan mengancam atau merundung orang lain.

Penelitian ini bermaksud untuk meninjau perilaku IM berdasarkan karakteristik aktornya, yaitu kepribadian. Kontribusi kepribadian dalam perilaku IM telah banyak didukung oleh sejumlah penelitian, meski demikian Lee & Ashton (2004), memperkenalkan sebuah inventori kepribadian yaitu *HEXACO Personality Inventory*. Inventori kepribadian tersebut terdiri dari 24 skala *trait* kepribadian di *facet-level* yang mendefinisikan enam (*hexa*) faktor dalam kepribadian yaitu *Honesty-Humility* (H), *Emotionality* (E), *Extraversion* (X), *Agreeableness* (A), *Conscientiousness* (C), dan *Openness to Experience* (O). Penambahan dimensi *Honesty-Humility* merupakan salah satu karakteristik penting dari model HEXACO yang diusulkan Lee & Ashton (2004), dan merepresentasikan kemajuan besar dari *The Big Five*. Kata-kata sifat yang secara khusus menggambarkan faktor *Honesty-Humility* seperti jujur, tulus, adil, rendah hati yang berlawanan dengan tamak, sombong, bohong, dan pamer; sebelumnya hanyalah elemen perifer dalam *Agreeableness* di model *The Big Five* (Lee & Ashton, 2004).

Menurut Ashton & Lee (2007), *honesty-humility* yang memuat sifat-sifat kejujuran, keadilan, ketulusan, kerendahhatian, dan *lack of greed* mewakili tendensi untuk adil dan tulus dalam berurusan dengan orang lain; dalam artian melakukan kerjasama dengan orang lain meski terdapat kesempatan memanfaatkan tanpa mengalami pembalasan. Berdasarkan definisi tersebut, kepribadian *honesty-humility* adalah sifat-sifat seseorang yang mewakili tendensi untuk adil dan tulus dalam bekerjasama atau berurusan dengan orang lain. Domain *honesty-humility* memuat faset *sincerity*, *fairness*, *greed avoidance*, dan *modesty* (Ashton, Lee, & de Vries, 2014). *Sincerity* merupakan kecenderungan untuk tulus dalam relasi interpersonal. *Fairness* merupakan kecenderungan untuk menjauhi kecurangan (*fraud*) dan korupsi. *Greedy Avoidance* menunjukkan kecenderungan untuk tidak tertarik memiliki kekayaan berlebih, barang-barang mewah, atau tanda-tanda status sosial tinggi. *Modesty* mengases kecenderungan untuk rendah hati dan tidak mencolok (*unassuming*).

Upaya peningkatan kualitas dan efektivitas birokrasi menciptakan situasi-situasi yang dapat mendorong munculnya perilaku IM pada PNS untuk memengaruhi pengambilan keputusan dalam penilaian kinerja atau perombakan struktur birokrasi, sehingga terdapat urgensi untuk dilakukan penelitian terhadap perilaku IM yang dilakukan PNS. Peneliti tertarik untuk meneliti perilaku IM melalui peninjauan terhadap kontribusi kepribadian *honesty-humility* terhadap perilaku *impression management* di Indonesia, khususnya pada pegawai negeri sipil di Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah. Penelitian mengenai perilaku IM dan kaitannya dengan kepribadian *honesty-humility* pada PNS di Indonesia, khususnya di Provinsi Jawa Tengah juga masih terbatas sehingga penelitian ini layak untuk dilakukan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tentang keberadaan hubungan antara kepribadian *honesty-humility* dengan perilaku *impression management* pada pegawai Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, serta mengetahui besarnya kontribusi kepribadian *honesty-humility* dalam memprediksi perilaku *impression management* pada karyawan Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah. Peneliti menentukan hipotesis bahwa kepribadian *honesty-humility* akan berkorelasi secara negatif dengan perilaku IM. Semakin tinggi skor seseorang dalam Skala Faktor *Honesty-Humility*, maka semakin rendah skor seseorang dalam Skala Perilaku IM.

METODE

Penelitian ini adalah sebuah studi korelasional pada populasi 141 karyawan PNS di Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah yang berada di golongan I – IV, dengan 88 karyawan pria dan 53 karyawan wanita. Melalui metode *simple random sampling* diperoleh 100 orang karyawan PNS Dinkop-UMKM Provinsi Jawa Tengah sebagai sampel penelitian dengan *response rate* sebesar 86% atau sebanyak 86 orang karyawan. Pengumpulan data menggunakan dua skala, yaitu Skala Perilaku IM dan Skala Kepribadian *Honesty-Humility*. Skala Perilaku IM, memuat modifikasi aitem-aitem dari *Impression Management Scale* rancangan Bolino & Turnley (dalam DuBrin, 2011) yang peneliti susun dalam bahasa Indonesia serta terdiri dari dimensi IM *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification*, *intimidation*, dan *supplication*. Uji coba terhadap Skala Perilaku IM menghasilkan 28 aitem valid dengan $\alpha = 0,953$ di mana r_{ix} minimal = 0,336 dan r_{ix} maksimal = 0,837. Skala Kepribadian *Honesty-Humility* (29 aitem;), memuat modifikasi aitem-aitem dalam Skala *Honesty-Humility* pada Inventori Kepribadian HEXACO-PI-R (*HEXACO-Personality Inventory-Revised*) rancangan Lee & Ashton (2016) versi 100 aitem yang peneliti susun dalam bahasa Indonesia serta terdiri dari aspek *sincerity*, *fairness*, *greedy avoidance*, dan *modesty*. Uji coba terhadap Skala Kepribadian *Honesty-Humility* menghasilkan 29 aitem valid dengan $\alpha = 0,929$ di mana r_{ix} minimal = 0,341 dan r_{ix} maksimal = 0,721. Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah analisis regresi sederhana dengan menggunakan SPSS 18.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji hipotesis menunjukkan korelasi negatif dan signifikan antara kepribadian *honesty-humility* dengan perilaku IM ($r_{xy} = -0,515$; $p < 0,001$) pada karyawan Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah. Artinya, jika derajat kesesuaian karyawan Dinkop-UMKM Provinsi Jawa Tengah dengan karakteristik kepribadian *honesty-humility* semakin tinggi, maka perilaku IM semakin jarang dilakukan, dan sebaliknya. Mayoritas karyawan Dinkop-UMKM Provinsi Jawa Tengah memiliki derajat yang tinggi dalam kesesuaian dengan karakteristik kepribadian *honesty-humility* dan jarang melakukan perilaku mengelola penilaian atasan dan rekan kerjanya. Hanya, terdapat sedikit karyawan Dinkop-UMKM Provinsi Jawa Tengah yang memiliki tingkat kepribadian *honesty-humility* rendah dan terdorong untuk memanipulasi penilaian rekan kerja ataupun atasan terhadap dirinya dengan cara melakukan perilaku IM. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Hubungan antara kepribadian *honesty-humility* dengan perilaku IM digambarkan dalam persamaan garis regresi $Y = 117,605 - 0,779X$. Persamaan garis di atas dapat diartikan bahwa variabel Y, yaitu perilaku IM akan berubah sebesar $-0,779$ untuk setiap unit perubahan terjadi pada perubahan variabel kepribadian *honesty-humility*. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) adalah sebesar $0,266$, artinya kepribadian *honesty-humility* memberi sumbangan efektif sebesar $26,6\%$ terhadap perilaku IM. Sisa $73,4\%$ ditentukan oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini. Faktor individu memberikan kontribusi dalam memahami perilaku IM, namun mengalami interaksi dengan faktor organisasional dan situasional sehingga menghasilkan variasi dalam penekanan (*emphasis*) terhadap perilaku IM (DuBrin, 2011). Berdasarkan temuan penelitian ini dapat diinterpretasikan bahwa terdapat penekanan (*emphasis*) yang rendah terhadap perilaku IM, tidak hanya dari karyawan tapi juga dari organisasi (Dinkop-UMKM Provinsi Jawa Tengah). Lingkungan Dinkop-UMKM Provinsi Jawa Tengah memiliki suasana yang akrab dan kekeluargaan di antara karyawannya sehingga sikap ramah dan sopan dalam berkomunikasi merupakan hal yang wajar ditunjukkan dalam interaksi antar-karyawan, terlepas dari ketertarikan ataupun keahlian individu dalam mengelola impresi.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Bourdage, Wiltshire, & Lee (2015). Kepribadian nampak sebagai determinan yang penting dari perilaku IM di mana karyawan dengan *Honesty-Humility* rendah lebih memungkinkan untuk melaporkan menggunakan perilaku IM. Individu dapat menunjukkan keberagaman dalam hal ketertarikan dan keahlian untuk mengelola impresi. Organisasi menunjukkan variasi dalam hal banyaknya IM yang dapat dilakukan serta dikehendaki di organisasi. Sejumlah hasil penelitian dapat menjadi dasar untuk menunjukkan adanya interaksi faktor individual, situasional, dan organisasional dalam kaitannya dengan perilaku IM. *Political skills* (keahlian politis) sebagai faktor individu ditemukan dapat memengaruhi hubungan perilaku IM dengan *supervisor ratings* terhadap performa kerja (Harris, Kacmar, Zivnuska, & Shaw, 2007). Van Iddekinge, McFarland, & Raymark (2007), di sisi lain memberikan bukti bahwa kekuatan dari hubungan antara faktor individu (kepribadian) dengan perilaku IM dimoderasi oleh faktor-faktor situasional. Perilaku IM merupakan *influence tactics* yang dapat menjadi sumber dari pengaruh dalam organisasi selain kekuasaan, namun Anderson, Spataro, & Flynn (2008) membuktikan bahwa karakteristik pribadi (kepribadian) juga membentuk kekuasaan dan *influence tactics* melalui *Person-Organization Fit* (P-O Fit).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang negatif dan signifikan antara kepribadian *honesty-humility* dengan perilaku *impression management* pada

karyawan PNS di Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah ($r_{xy} = -0,515$; $p < 0,001$). Artinya, semakin tinggi tingkat kepribadian *honesty-humility*, maka tingkat perilaku IM menjadi semakin rendah, dan sebaliknya. Kepribadian *honesty-humility* memberikan sumbangan efektif sebesar 26,6% terhadap perilaku IM, dan sisa sebesar 73,4% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian, yang dapat berupa faktor eksternal seperti dari faktor budaya maupun situasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, C., Spataro, S. E., & Flynn, F. J. (2008). Personality and organizational culture as determinants of influence. *The Journal of Applied Psychology, 93*(3), 702–710. doi:10.1037/0021-9010.93.3.702
- Ashton, M. C., & Lee, K. (2007). Empirical, theoretical, and practical advantages of the HEXACO model of personality structure. *Personality and Social Psychology Review: An Official Journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc, 11*(2), 150–166. doi:10.1177/1088868306294907
- Ashton, M. C., Lee, K., & de Vries, R. E. (2014). The HEXACO honesty-humility, agreeableness, and emotionality factors: A review of research and theory. *Personality and Social Psychology Review, 18*(2), 139–152. doi:10.1177/1088868314523838
- Bolino, M. C., Kacmar, K. M., Turnley, W. H., & Gilstrap, J. B. (2008). A multi-level review of impression management motives and behaviors. *Journal of Management, 34*(6), 1080–1109. doi:10.1177/0149206308324325
- Bourdage, J. S., Wiltshire, J., & Lee, K. (2015). Personality and workplace impression management: Correlates and implications. *Journal of Applied Psychology, 100*(2), 537–546. doi:10.1037/a0037942
- DuBrin, A. J. (2011). *Impression management in the workplace*. New York, NY: Routledge.
- Ferris, G. R. (1991). Personnel/human resources management: A political influence perspective. *Journal of Management, 17*(2), 447–488. doi:10.1177/014920639101700208
- Harris, K. J., Kacmar, K. M., Zivnuska, S., & Shaw, J. D. (2007). The impact of political skill on impression management effectiveness. *Journal of Applied Psychology, 92*(1), 278–285. <http://doi.org/10.1037/0021-9010.92.1.278>
- Lee, K., & Ashton, M. C. (2004). Psychometric properties of the HEXACO Personality Inventory. *Multivariate Behavioral Research, 39*(2), 329–358. doi:10.1207/s15327906mbr3902_8
- Lee, K., & Ashton, M. C. (2016). Psychometric properties of the HEXACO-100. *Assessment, 1*–15. doi: 10.1177/1073191116659134
- Media Indonesia. (2015, December 7). *Presiden ingatkan soal reformasi birokrasi*. diakses dari April 4, 2016, from <http://www.mediaindonesia.com/news/read/9442/presiden-ingatkan-soal-reformasi-birokrasi/2015-12-07>
- Sinha, J. B. P. (2008). *Culture and organizational behavior*. diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=y3KR8-3pH8C>
- Van Iddekinge, C. H., McFarland, L. a., & Raymark, P. H. (2007). Antecedents of impression

management use and effectiveness in a structured interview. *Journal of Management*, 33(5), 752–773. doi:10.1177/0149206307305563