

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Para akademisi yang dibidang ekonomi kreatif sangat memperhatikan sejumlah isu sosial, salah satunya pembangunan ekonomi. Penggunaan kemampuan, kreativitas, dan bakat individu untuk menghasilkan peluang kerja dan kesejahteraan adalah dasar dari industri kreatif yang berfokus pada pemberdayaan daya cipta dan daya kreasi (Departemen Perdagangan RI, 2008). Dengan adanya unsur kreativitas para pelaku industri kreatif perlu memiliki pengalaman baru dan sesuatu yang diperdagangkan untuk meningkatkan kehidupan dalam menjalankan industri tersebut (M. Togar, 2008).

Industri kreatif menjadi bagian terpenting sebagai penggerak perekonomian Indonesia sehingga pemerintah memutuskan untuk membentuk BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) untuk mendampingi para pelaku industri kreatif. Pemerintah telah menyusun peraturan melalui Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif dengan tujuan mendirikan sektor ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor ekonomi potensial Indonesia dan merangsang pertumbuhannya (BPK RI, 2015). Sektor ekonomi baru ini berpotensi dalam memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dalam pelaksanaannya, ekonomi kreatif terdiri dari beberapa subsector, dimana memiliki perbedaan pendekatan industri diantaranya: industri kreatif dibagi menjadi beberapa subsector, diantaranya:

- a. *Product-Based Industries* adalah industri yang memproduksi barang dagangan menjadi substansial, sementara, dan dikirim serta di konsumsi di berbagai waktu dan area.
- b. *Service-Based Industries* merupakan industri yang menyediakan produk tidak berwujud dan mewakili sector industri tertentu (Krause & Scanell, 2006).

Tabel 1.1
Subsektor Ekonomi Kreatif

No	Kategori	Subsektor
1	<i>Product-Based</i>	Kuliner
2		Fashion
3		Kerajinan (Kriya)
4		Aplikasi dan Game Developer
5		Musik
6		Fotografi
7		Seni Rupa
8		Film, Animasi dan Video
9	<i>Service-Based</i>	Media Penyiaran
10		Penerbitan
11		Asitektur
12		Periklanan
13		Teater
14		Desain Produk
15		Desain Interior
16		Desain Komunikasi Visual

Sumber: Badan Pusat Statistik

Selama ekonomi kreatif berkembang, ada sejumlah isu utama yang menghambat pertumbuhan ekonomi kreatif, diantaranya lapangan pekerjaan yang kurang, kurangnya inovasi dalam berwirausaha, daya saing industri di pasar, pembiayaan terhadap produk, *braindrain* di bidang sumber daya manusia, infrastruktur dan IT, (Kreatif RI, 2014) kurangnya hubungan antara pemimpin dan karyawan yang mengakibatkan kesenjangan kelemahan struktur dan bisnis dari finansial atau faktor penunjang lainnya (pemasokan, penjualan, dan promosi) (Irsyad, 2015). Hal ini akan menjadi peluang besar bagi wirausahawan dikarenakan upaya kewirausahaan masa depan harus fokus pada pertumbuhan potensi ekonomi kreatif. Dalam rangka menggerakkan tumbuhnya kewirausahaan

di Indonesia dan perkembangan inovasi baru berupa barang maupun jasa hasil kreativitas masyarakat serta mampu bersaing di pasar nasional dan internasional, maka potensi subsektor ekonomi kreatif perlu ditingkatkan (Isnaini, 2022).

World Bank dan *International Monetary Fund* telah memproyeksi ekonomi global akan mengalami pertumbuhan sebesar 3% pada kuartal I akhir tahun 2020 (Carillo-Larco & Castillo-Cara, 2020). Akan tetapi pertumbuhan ekonomi global menurun sebesar -2,8% atau menjadi 6% dari periode sebelumnya (Liu & et.al, 2020). Fenomena ini terjadi dikarenakan muncul wabah baru yang menyerang seluruh bumi ialah *Coronaviruses* (CoV). Covid-19 mengacu pada jenis virus yang sangat menular dan cepat menyebar melalui kontak langsung bahkan dapat menginfeksi hewan. Gejala dari virus ini yaitu influenza, sesak napas, mual, dan indikasi lainnya yang bisa melebihi dari virus MERS dan SARS dengan waktu inkubasi selama 2 sampai 14 hari (Krigia & Muthuri, 2020).

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengatakan kemunculan virus ini ditemukan daerah Wuhan, China tanggal 30 Desember 2019 dan dinyatakan sebagai pandemi global. Penyebaran virus ini telah mengakibatkan dampak buruk pada perekonomian global terkhusus Indonesia bukan hanya di sektor manufaktur melainkan sektor ekonomi kreatif, sektor UMKM, perdagangan dan investasi. Pada Desember 2020 terdapat kasus positif Covid-19 di Indonesia sebesar 743.198 jiwa, dimana pasien sembuh sebesar 611.097 jiwa dan pasien meninggal sebesar 22.138 jiwa (Moerti, 2020). Dikarenakan kasus pasien positif bertambah, maka pemerintah membuat Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020 tentang PSBB (*Pembatasan Sosial Berskala Besar*) dalam upaya menekan dan menghentikan penyebaran covid-19 (BPK). Kegiatan ini diterapkan seluruh daerah dengan melakukan kegiatan secara daring (*online*) atau dirumah, seperti halnya keagamaan, sekolah dan bekerja (Azizah & et.al, 2020).

Semua aspek kehidupan terkena dampak pandemic ini terutama bagian kesehatan, ekonomi, dan pendidikan (Arrizal & S.Sofyantono, 2020). Menurut Bank Dunia, perekonomian Indonesia mengalami perlambatan pertumbuhan virus covid-19. Laju ekonomi memiliki dampak besar di berbagai bidang ekonomi, terutama ekonomi kreatif. UMKM sebanyak 70% dinyatakan berhenti

memproduksi barang yang mengakibatkan pengangguran. UKM berbasis ekonomi kreatif juga merasakan dampak dari pandemi terkhusus industri kuliner dan pariwisata. Terjadi penurunan usaha mikro subsektor kuliner 27% dengan penurunan usaha mikro 1,7% dan usaha makro 0,07%.

Di Kota Medan tingkat pengangguran mencapai 10,74% pada tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa sulitnya masyarakat mencari pekerjaan dan ini tidak sesuai dengan fakta. Orang ingin memulai bisnis dikarenakan tidak ada lapangan pekerjaan, sehingga dapat memecahkan masalah dan membuka peluang pekerjaan. Kewirausahaan menjadi profesi yang paling meninjing dalam revolusi 4.0 kaena etos kerja yang kuat dan kemampuan beradaptasi dengan keadaan keuangan.

Negara yang mempunyai kewirausahaan 2% dari jumlah penduduk sudah bisa dikatakan sebagai negara maju. Laporan *Global Entrepreneur Monitor* untuk tahun 2021 menyatakan bahwa 8,7% pengusaha Singapura adalah entrepreneur, sedangkan Indonesia hanya mencapai 3,4% dari penduduknya (Niels Bosma). Kewirausahaan sangat penting bagi perkembangan masyarakat dan perekonomian yang menyediakan peluang kerja, persyaratan konsumen, layanan, serta peningkatan kesejahteraan dan kemampuan untuk menghadapi kesulitan yang ditimbulkan oleh epidemic, terkhusus epidemic ekonomi global dalam hal kreativitas maupun inovasi (Mustofa, 2010).

Hal ini karena bisnis yang berinovasi akan mampu memunculkan ide-ide baru, memperoleh keunggulan kompetitif, dan terhindar dari ketertinggalan di pasa dunia yang berubah dengan cepat. Inovasi dan kewirausahaan seperti bahan bakar bagi bisnis untuk bertahan hidup di lingkungan yang sangat kompetitif. Kemampuan berbisnis dan individu untuk bersaing akan berdampak pada kemampuan perusahaan dalam mempertahankan siklus hidup produk dan bertahan di pasar.

Secara umum, inovasi adalah kekuatan pendorong utama dalam pertumbuhan organisasi atau ekonomi. Menerapkan inovasi dan kreativitas dalam setiap poses bisnis menghasilkan produk unggulan dan prospek bisnis yang menguntungkan daalam industri kreatif (Garud, 2013). Inovasi adalah penerapan

ide baru untuk meningkatkan produk maupun layanan (Stephen, 1994). Kemungkinan disimpulkan terdapat tiga hal yaitu ide, produk dan layanan, serta service. Menyadari pentingnya unsur berinovasi dan kreativitas disarankan untuk mengimplementasikan konsep inovasi harus melibatkan semua karyawan dan pemimpin. Perusahaan akan membuat keputusan dan strategis untuk pengembangan bisnis dengan berinovasi (Faisal, 2013). Produk, layanan, dan prosedur bisnis secara bertahap akan mengalami perubahan. Jika organisasi memiliki sistem, produser dan proses yang tepat, inovasi dan kreativitas dapat berkembang (Amabile, 1988).

TABEL 1.2
Indeks Inovasi Provinsi Sumatera Utara

No.		Indeks	No.	Daerah	Indeks
1	Kab. Labuhanbatu	9400	18	Kota Binjai	-
2	Kab. Lima Puluh	3010	19	Kota Gunung Sitoli	-
3	Kab. Labuhanbatu Utara	1670	20	Kota Tanjung Balai	-
4	Kab. Samosir	1080	21	Kab. Asahan	-
5	Kab. Padang Lawas Utara	690	22	Kab. Dairi	-
6	Kab. Pakpak Barat	680	23	Kab. Lab. Selatan	-
7	Kab. Karo	630	24	Kab. Langkat	-
8	Kab. Humbang Hasundutan	620	25	Kab. Nias	-
9	Kota Tebing Tinggi	480	26	Kab. Nias Barat	-
10	Kab. Deli Serdang	400	27	Kab. Nias Selatan	-
11	Kab. Batu Bara	260	28	Kab. Nias Utara	-
12	Kota Pematang Siantar	230	29	Kab. Padang Lawas	-
13	Kota Medan	120	30	Kab. Serdang Begadai	-
14	Kab. Mandailing Natal	100	31	Kab. Simalungun	-
15	Kab. Toba Samosir	100	32	Kab. Tap. Tengah	-
16	Kota Sibolga	100	33	Kab. Tap. Selatan	-

17	Kota Padangsidempuan	-	34	Kab. Tap. Utara	-
----	----------------------	---	----	-----------------	---

Sumber: Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri

Di era modern zaman sekarang, inovasi dianggap sebagai komponen penting dai keseluruhan strategi dalam berbisnis dan dianggap sebagai faktor penting dalam bersaing dengan sukses di pasar dan menjadi indikator kinerja utama pemerintah daerah dan menjadikan solusi untuk percepatan akselerasi pembangunan. Indeks inovasi terbagi menjadi empat predikat inovasi daerah, yaitu: (1) daerah sangat inovatif, nilai indeks >1000, (2) daerah inovatif, nilai indeks 501-1000, (3) daerah kurang inovatif, nilai indeks 1-500, (4) daerah yang belum melaporkan/mengisi data inovasi, nilai indeks 0. Berdasarkan tabel diatas, predikat sangat inovatif di Provinsi Sumatera Utara yaitu daerah Kabupaten Labuhanbatu dengan nilai indeks 9400, predikat inovatif berasal dari Kab. Samosir dengan nilai indeks 1080, dan predikat kurang inovatif berasal dari daerah Kota Sibolga dengan nilai indeks 100. Kota Medan memiliki indeks inovatif 120 atau dikatakan kurang inovatif yang artinya harus diperlukan tingkat inovasinya dalam berwirausaha.

Dalam kewirausahaan, kepemimpinan dan efikasi diri merupakan kombinasi yang tepat untuk memulai bisnis dan menciptakan inovasi yang dapat diproduksi lebih baik. Sebuah bisnis harus memiliki keunggulan agar bisa bersaing di dunia era revolusi 4.0 yang semakin berkembang dengan sangat maju. Keunggulan bersaing harus diseleksi sebaik mungkin oleh wirausahawan untuk pengambilan keputusan dengan tepat dan harus sesuai dengan tantangan ataupun permasalahan yang akan dihadapi dalam berwirausaha (Sri, 2015).

Individu membutuhkan kemampuan untuk mengenali dirinya sendiri demi mencapai kepribadiannya. Dengan mengenal kepribadiannya maka akan mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimilikinya dan harus memiliki jiwa kepemimpinan dan efikasi diri untuk membuat dan memulai bisnis baru menjadi sukses (Sedarmayanti, 2004). Dengan adanya jiwa kepemimpinan dan efikasi diri akan mampu menyelesaikan permasalahannya dan mengubah kemampuannya menjadi tindakan yang berpotensi meningkatkan nilai individu. Sebaliknya, jika

tidak memiliki jiwa kepemimpinan dan melemahnya efikasi diri akan mengakibatkan individu mudah menyerah dalam berwirausaha.

Semakin tinggi tingkat kepemimpinan dan efikasi diri dalam berwirausaha, semakin kuat semangat kewirausahaannya dalam menciptakan inovasi-inovasi baru yang akan diproduksi dengan lebih baik yang bertujuan untuk mencapai keberhasilan usaha. Oleh karena itu, sumber daya pada wirausahawan (inovasi dan kreativitas) dijadikan sebagai bahan untuk berbisnis sesuai kebutuhan dan hobi sendiri (Hutagalung & et.al, 2010). Diharapkan Kota Medan bisa memberikan *tools* yang dapat digunakan untuk meningkatkan aspek pengembangan ekonomi kreatif pasca pandemic covid-19 dengan mengetahui tingkat inovasi sektor ekonomi kreatif.

Jadi, wirausahawan harus lebih imajinatif dan kreatif saat mengembangkan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan memiliki fiat kepemimpinan dan efikasi diri dalam berwirausaha dapat bekerja lebih efektif dan efisien dan diharapkan produk maupun layanan baru terus berkembang secara inovatif untuk menemukan peluang baru dalam menjalankan usahanya. Terutama dalam pasca pandemi sekarang lebih membutuhkan jiwa kepemimpinan, efikasi diri, dan inovasi untuk menunjang bisnis yang lebih baik.

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan diatas, peneliti ingin melakukan penelitian tambahan dan menulis dalam bentuk skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Kepemimpinan dan Efikasi Diri Terhadap Inovasi Dalam Berwirausaha Pasca Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif di Kota Medan.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Persaingan produk dalam sektor ekonomi kreatif menjadikan inovasi dan kreativitas sebagai kekuatan utama dalam berbisnis.
2. Dengan adanya kepemimpinan dan efikasi diri yang tinggi ketika menghadapi kesulitan tidak akan putus asa, menjauhi masalah, atau berpikir untuk berhenti.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, peneliti membatasi masalah untuk lebih berkonsentrasi pada variable telah diidentifikasi. Peneliti menggunakan variabel Kepemimpinan dan Efikasi Diri Terhadap Inovasi Dalam Berwirausaha Pasca Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif Di Provinsi Sumatera Utara dan diteliti hanya tahun 2022

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan di atas, maka perlu di buat rumusan masalah agar pelaksanaan penelitian dapat terlaksana secara terarah. Adapun rumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian, diantaranya:

1. Apakah kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap inovasi dalam berwirausaha pasca pandemi covid-19 pada sektor ekonomi kreatif?
2. Apakah efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap inovasi dalam berwirausaha pasca pandemi covid 19 pada sektor ekonomi kreatif?
3. Apakah kepemimpinan dan efikasi diri berpengaruh secara simultan terhadap inovasi dalam berwirausaha pasca pandemi covid-19 pada sektor ekonomi kreatif?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan terhadap inovasi dalam berwirausaha pasca pandemi covid19 pada sektor ekonomi kreatif.
2. Untuk mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap inovasi dalam berwirausaha pasca pandemi covid 19 pada sektor ekonomi kreatif.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan dan efikasi diri terhadap inovasi dalam berwirausaha pasca pandemi covid 19 pada sektor ekonomi kreatif.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat langsung di dalamnya. Berikut ini beberapa manfaat dari penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memperluas pengalaman, meningkatkan wawasan dan kemampuan menulis dan analisis khususnya yang berfokus pada kajian kepemimpinan, efikasi diri dan inovasi dalam berwirausaha.

2. Bagi Stakeholder

Penelitian ini menawarkan ide, saran, dan deskripsi dari berbagai cara untuk meningkatkan kepemimpinan dan efikasi diri mereka demi keberhasilan usaha di bidang ekonomi kreatif dan untuk meningkatkan pertumbuhan pada wirausaha sektor ekonomi yang akan berdampak positif ke masyarakat di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini memberikan pengetahuan dan landasan bagi pihak lain dan sebagai landasan pembandingan saat melakukan penelitian selanjutnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN