

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Paradigma baru kewirausahaan pada penciptaan ide dan pengembangan usaha tidak lagi hanya berorientasi pada keuntungan saja, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan secara holistik (Greenberg et al., 2013). Dengan kata lain, para *entrepreneur* perlu memperhatikan tanggung jawab sosial dalam menjalankan bisnis termasuk kepada para karyawan. Selain itu, kewirausahaan juga bukan lagi hanya tentang kemampuan individual, tetapi juga memerlukan kolaboratif yang melibatkan masyarakat, pemerintah dan sektor bisnis lainnya (Warhuus et al., 2017). Salah satu titik fokus kewirausahaan adalah menekankan perilaku mencari peluang dan keuntungan dengan mengembangkan bakat orang-orang untuk berpikir kreatif dan inovatif serta berani berusaha. Hal ini bertujuan untuk menciptakan organisasi yang berkelanjutan dan kesuksesan usaha dalam jangka panjang.

Kegiatan kewirausahaan dapat dilakukan dengan memulai bisnis mandiri, mengimplementasikan ide-ide baru di organisasi, melibatkan keluarga atau kegiatan insidental saja. Meskipun tidak selalu terlihat atau dirasakan, para *entrepreneur* dapat memberikan *income* untuk pribadi, keluarga bahkan berkontribusi terhadap lingkungan dan ekonomi negara. Urgensi paradigma baru kewirausahaan saat ini sangat penting karena tantangan dan perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan dinamis. Oleh karena itu, diperlukan pemikiran strategis dan kemampuan interpersonal para pengusaha serta mau berkolaborasi dengan orang-orang yang terlibat didalamnya.

Pendirian perusahaan baru atau jumlah pelaku usaha sering digunakan sebagai representasi adanya kegiatan kewirausahaan di suatu negara. Namun kegiatan kewirausahaan dapat juga terjadi pada perusahaan yang sudah berjalan. Stevenson (2000) mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses mengejar peluang dengan menciptakan sesuatu agar bernilai tambah dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Di sini ada aktivitas kompleks yang memerlukan kemampuan dan

Yen Efawati, 2023

MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

niat yang kuat untuk memanfaatkan peluang yang menguntungkan dengan mendirikan perusahaan baru atau yang sudah berjalan.

Berdasarkan data dari *Global Entrepreneurship Monitoring* (GEM), aktivitas kewirausahaan meningkat setiap tahun di 65 negara dari lima benua dan menjadi pendorong penting pertumbuhan ekonomi di beberapa negara tersebut (GERA, 2016, 2017, 2018). Kontribusi kewirausahaan dalam suatu negara, di antaranya mendorong inovasi, menciptakan lapangan kerja baru, mengembangkan ekonomi lokal dan menghasilkan nilai tambah. Oleh karena itu, pemerintah dan institusi terkait harus memperhatikan dan mendukung pengembangan kewirausahaan yang tertuang dalam kebijakan ekonomi.

Kegiatan kewirausahaan jelas terlihat pada perusahaan yang baru berdiri atau UKM, karena banyak hal yang harus dilakukan untuk mengeksploitasi peluang. Semua usaha dan keterampilan dikerahkan untuk keberhasilan bisnis, seperti inovasi, kemandirian, ketahanan, kreativitas dan tanggung jawab. Tambunan (2008) dalam penelitiannya mengatakan bahwa fleksibilitas dan lebih cepat menyikapi perubahan merupakan salah satu keunggulan UKM menghadapi lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis. Keunggulan tersebut menjadi ciri khas UKM yang mempraktekkan kewirausahaan secara nyata.

Di era ekonomi kreatif, banyak bermunculan produk-produk kreatif berskala kecil dan menengah sebagai respon perubahan agar dapat bertahan dan mengembangkan bisnis, seperti kerajinan, kuliner dan fesyen. Kreativitas individu atau kelompok menjadi inovasi, dibutuhkan untuk menciptakan suatu produk yang memiliki nilai tambah dan bernilai ekonomis. Penelitian-penelitian terdahulu mengungkap bahwa inovasi sebagai kunci pendorong utama pertumbuhan usaha berkelanjutan jangka panjang di masa depan (Bekhet & Latif, 2018; Njoroge et al., 2019; Uppenbergh, 2009). Dengan demikian kegiatan kewirausahaan yang berfokus pada inovasi menjadi penting bagi suatu usaha, karena dapat meningkatkan kinerja bisnis dan meningkatkan daya saing produk atau layanan yang ditawarkan.

Karya-karya yang mengedepankan ide dan kreativitas dikemas menjadi ekonomi kreatif dan sampai sekarang menjadi fenomena yang terus diperbincangkan sebagai salah satu kekuatan ekonomi nasional. Di Indonesia, industri kreatif atau ekonomi kreatif sudah menjadi perhatian pemerintah. Tahun

Yen Efawati, 2023

2007 melalui Departemen Perdagangan, penelitian dan publikasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peran ekonomi kreatif di Indonesia dan *roadmap* perkembangannya ke depan (Depdagri, 2008). Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai penciptaan nilai tambah yang berbasis ide, lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) berbasis ilmu pengetahuan, warisan budaya dan teknologi. Menurut Peraturan Presiden (Perpres) No. 72 Tahun 2015, ekonomi kreatif di kelompokkan ke dalam 16 kelompok yang selanjutnya disebut sebagai subsektor ekonomi kreatif, salah satunya di subsektor fesyen (Kemenparekraf, 2020b).

Menurut kementerian perdagangan tahun 2008, ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam pembangunan nasional dan ekonomi daerah, sehingga perlu dikembangkan di Indonesia. Peran penting tersebut meliputi: (1) membuat kontribusi ekonomi yang signifikan, seperti: meningkatkan lapangan kerja, meningkatkan ekspor, dan berkontribusi pada PDB; (2) menciptakan iklim usaha yang positif dan berdampak pada sektor lain; (3) membangun citra dan identitas bangsa seperti ikon pariwisata, bangunan cagar budaya, dan nilai-nilai lokal; (4) berbasis sumber daya terbarukan seperti ilmu pengetahuan dan peningkatan kreativitas; (5) menciptakan inovasi dan kreativitas yang menjadi keunggulan kompetitif suatu bangsa; dan (6) memberikan dampak sosial positif seperti peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial (Kementerian Perdagangan RI, 2008).

Tahun 2020 Bekraf bersama BPS melakukan survei untuk mengetahui peran dan perkembangannya dalam perekonomian nasional dengan menerbitkan laporan berupa statistik ekonomi kreatif 2020. Diketahui jumlah sektor ekonomi kreatif sebanyak 8.203.826 atau 13% dari total usaha di Indonesia. Serapan tenaga kerja sebesar 19,2 juta orang atau 15,21% dari tenaga kerja nasional (Kemenparekraf, 2020b). Persentase pertumbuhan tenaga kerja sektor ekraf dari tahun 2018 ke 2019 adalah 4,02%, lebih besar dibanding pertumbuhan tenaga kerja nasional yang hanya sebesar 2,02%. Sepanjang 2011-2019, penyerapan tenaga kerja di sektor ekraf mengalami peningkatan cukup pesat. Upah rata-rata buruh di sektor ekonomi kreatif juga mengalami peningkatan dua kali lipat pada tahun 2011 (Rp1.13 jt)

dibanding 2019 (Rp2.46 jt). Kondisi ini menyebabkan sektor ekonomi kreatif semakin diminati.

Sama halnya dengan kegiatan ekspor dengan kontribusinya sebesar US\$ 19,6 M atau 11,9% dari total ekspor nasional. Persentase rata-rata pertumbuhan ekspor dari tahun 2015-2019 sebesar 7,4% (Kemenparekraf, 2020b). Adanya tren peningkatan terhadap serapan tenaga kerja dan ekspor tahun 2015-2019 membuktikan bahwa ekonomi kreatif memiliki potensi untuk berkembang di masa mendatang dan cukup berperan dalam pertumbuhan perekonomian nasional.

Namun, berdasarkan laporan kinerja ekonomi negara ASEAN tahun 2019 dan indeks inovasi global, Indonesia berada di posisi keempat di antara sepuluh negara ASEAN pada daya saing global dari 141 negara dan urutan kelima untuk inovasi, seperti terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Kinerja Ekonomi Negara ASEAN tahun 2019

Negara	Tingkat pertumbuhan PDB % / thn	Jumlah Penduduk (Juta)	Pendapatan per Kapita (US\$)	Rangking Daya Saing (Global)	Rangking Inovasi (Global)
Singapura	2,6	5.61	64,041.4	1	8
Malaysia	4,5	32.4	10,941.7	27	35
Thailand	3,9	67.8	7,187.2	40	43
Indonesia	5,2	264.2	3,870.6	50	85
Filiphina	6,4	106.6	3,103.6	64	54
Brunei	1,0	0.4	32,413.9	56	71
Vietnam	6,8	94.6	2,551.1	67	42
Kamboja	7,0	16.3	1,508.8	106	94
Laos	6,5	6.8	2,720.3	113	-
Myanmar	6,6	52.89	1.438,8	139	-

Sumber: www.adb.org; (Schwab, 2019); globalinnovationindex.org/gii-2019-report

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa posisi Indonesia pada kinerja ekonomi negara ASEAN tahun 2019 kategori daya saing global dan inovasi masih tertinggal dari negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand bahkan tertinggal dari Vietnam untuk kategori inovasi. Sementara laporan kinerja badan ekonomi kreatif tahun 2019 juga menunjukkan adanya penurunan kinerja dalam pertumbuhan terhadap PDB ekonomi kreatif. Kinerja perusahaan berkaitan dengan capaian dari perbandingan antara realisasi dan target yang ditetapkan. Semakin tinggi realisasi menunjukkan pencapaian kinerja semakin baik. Secara spesifik, data

Yen Efawati, 2023

MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

laporan tahunan kinerja badan ekonomi kreatif tahun 2019 menggunakan tiga sasaran strategis pengukuran yaitu pertumbuhan PDB ekraf, jumlah tenaga kerja dan nilai ekspor ekonomi kreatif. Laporan kinerja ekonomi kreatif tahun 2015-2019 dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Laporan Kinerja Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019

No	Sasaran Strategis	2015			2016			2017			2018			2019		
		T	R	C	T	R	C	T	R	C	T	R	C	T	R	C
1	Pertumbuhan PDB ekraf (%)	7,5	7,6	101,2	5,2	4,95	101,2	5,70	5,06	88,77	5,6	5,2	92,14	5,30	5,10	96,23
2	Penyerapan tenaga kerja (Juta orang)	12,1	12,2	100,6	16,2	16,91	100,6	16,4	17,4	106,3	16,7	18,4	109,9	17,20	19,01	110,52
3	Nilai ekspor bruto (Milyar USD)	6,25	5,74	93,33	19,2	19,98	93,3	20,5	20,0	97,56	21,0	20,6	98,10	21,50	22,07	102,65

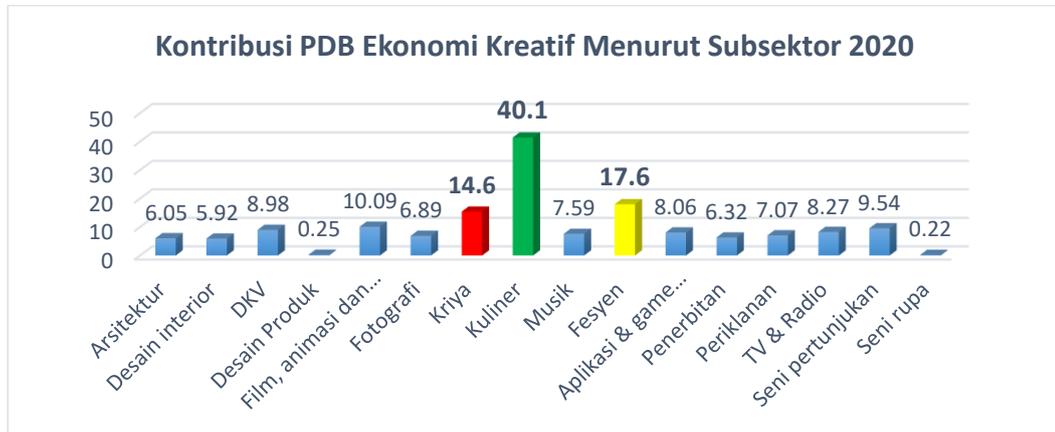
Catatan: T = Target R = Realisasi C = Capaian
Sumber: (Kemenparekraf, 2020a)

Berdasarkan Tabel 1.2, perkembangan capaian kinerja ekraf dari sisi penyerapan tenaga kerja mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sementara nilai ekspor bruto belum stabil yang dilihat dari kenaikan dan penurunan dalam nilai realisasi tiap tahunnya. Sedangkan, pertumbuhan PDB tahun 2015-2019 mengalami penurunan.

Di sisi lain masih terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi ekraf dalam pengembangan ke depannya, yaitu: (1) Masih kurangnya kuantitas dan kualitas SDM yang profesional dan kompetitif. (2) Adanya kegiatan yang tidak terselesaikan akibat penyedia yang tidak kompeten sehingga terjadi keterlambatan maupun pembatalan kontrak. (3) Banyaknya kegiatan tidak sebanding dengan hari kerja dan jumlah SDM (4) Kolaborasi kelembagaan antara akademisi, pemerintah, pengusaha, komunitas dan media belum tertata dengan baik. (5) Penegakan regulasi Hak Kekayaan Intelektual belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan. (6) Pasar untuk produk-produk ekonomi kreatif di dalam negeri belum terbangun secara permanen, sementara akses pasar ke luar negeri masih bersifat temporer (*ad hoc*). (7) Infrastruktur teknologi dan informasi belum kompetitif. (8) Dukungan pembiayaan yang belum lancar (Kemenparekraf, 2020a).

Hasil survei ekonomi kreatif tahun 2021 menunjukkan dari 16 sektor ekonomi kreatif, terdapat tiga subsektor yang memberi kontribusi dominan terhadap PDB nasional, yaitu kuliner, fesyen, dan kriya. Kontribusi masing-masing

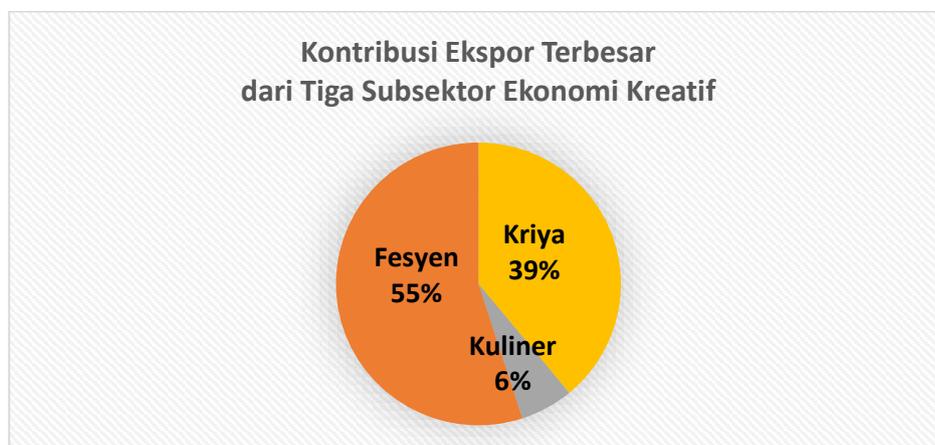
sebesar 40.1 persen (kuliner), 17.6 persen (fesyen), dan 14.6 persen (kriya). Kemudian menyusul 4 dari 16 subsektor Ekonomi Kreatif berpotensi menjadi kekuatan ekonomi baru, yakni *film*, musik, *art*, dan *game* (animasi). Kontribusi terhadap PDB di setiap sektor dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Sumber: BPS dan Direktorat Riset dan Pengembangan Ekonomi Kreatif, 2021

Gambar 1.1 Kontribusi Subsektor ekonomi Kreatif terhadap PDB Indonesia, 2021

Sementara itu penyumbang devisa terbesar berasal dari subsektor fesyen yakni sebesar 54,54 persen, diikuti subsektor kriya di posisi kedua sebesar 39,01 persen dan di posisi ketiga adalah kuliner sebesar 6,31 persen, seperti terlihat pada Gambar 1.2. Selain itu, data survey BPS dan Bekraf 2017 menunjukkan bahwa provinsi pengekspor produk kreatif terbanyak adalah Jawa Barat (31,96%), selanjutnya Jawa Timur (24,36%), Banten (15,23%), Jawa Tengah (14,49%) dan DKI Jakarta (8,97%). Dominannya kontribusi industri fesyen terhadap PDB, nilai ekspor dan serapan tenaga kerja menggambarkan prospek industri ini sangat menjanjikan dan bisa menjadi salah satu unggulan produk Indonesia.



Yen Efawati, 2023

MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sumber: BPS dan Badan Ekonomi Kreatif, 2019

Gambar 1.2 Kontribusi Tiga Subsektor Ekonomi Kreatif Terbesar melalui Kegiatan Ekspor, 2019

Adanya penurunan kinerja pada pertumbuhan PDB ekonomi kreatif secara keseluruhan belum mencapai target yang diharapkan. Hal ini juga berdampak pada kinerja subsektor fesyen, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3
Laporan Kinerja Subsektor Fashion Tahun 2014-2019

Tahun	Pertumbuhan PDB (%)	Serapan Tenaga Kerja (jt org)	Nilai Ekspor (jt US\$)
2014	1,35	3,91	10,70
2015	1,34	3,86	10,90
2016	1,34	4,13	10,90
2017	1,29	4,16	11,97
2018	1,25	4,26	12,87
2019	1,05	3,26	12,11

Sumber: Data diolah (BPS & Bekraf, 2017; Kemenparekraf, 2020a)

Berdasarkan Tabel 1.3, pertumbuhan kontribusi industri fesyen terhadap pertumbuhan PDB industri fesyen terhadap PDB nasional mengalami penurunan 2014-2019, sedangkan tenaga kerja dan aktivitas ekspor mengalami peningkatan 2014-2018, namun 2019 terjadi penurunan akibat pandemi yang menyebabkan aktivitas ekonomi seluruh dunia terganggu termasuk Indonesia. Adanya penurunan PDB sektor fesyen mengindikasikan bahwa aktivitas ekonomi sektor ini sedang mengalami perlambatan. Penyebabnya antara lain karena penurunan penjualan produk akibat perubahan tren mode, pergeseran preferensi konsumen, atau penurunan investasi dalam produksi sehingga berdampak terhadap kinerja perusahaan sektor fesyen.

Hasil wawancara dengan kepala Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung mengatakan bahwa, pangsa pasar fesyen di Jawa Barat, 40% dikuasai oleh perusahaan besar, 30% perusahaan menengah dan 30% dikuasai oleh perusahaan kecil. Selain itu adanya pasar bebas, membuat produk impor banyak sekali masuk dari beberapa negara seperti China, India, Thailand, Turki dan negara lainnya. Produk-produk luar negeri yang lebih variatif, harga bersaing, dan bisa dibeli melalui toko *online* yang dikirim langsung dari negara asalnya. Sesuai data dari eperformance.kemenparekraf.go.id mengatakan bahwa pada layanan *e-*

Yen Efawati, 2023

MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRUSAHAAN
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

commerce, sebanyak 70% diisi produk *import*, sedangkan ekonomi kreatif hanya mengisi sebanyak 30%. Lebih diperparah lagi dengan adanya *thrifting* (import barang bekas ilegal) yang dapat mengancam keberlanjutan industri tekstil dan fesyen terutama UKM karena dinilai merusak kreativitas dan inovasi produk-produk fesyen lokal (<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup>). Oleh karena itu angka penjualan pakaian produksi lokal menurun karena kalah bersaing dalam urusan harga, variatif dan menarik secara tampilan. Bahkan para pelaku UKM yang pada awalnya memproduksi sendiri pakaian jadi tersebut, sekarang lebih memilih untuk menjual pakaian impor.

Berdasarkan kuantitas, pelaku usaha industri fesyen di Indonesia, kedua terbanyak setelah kuliner yaitu 1.230.988 atau sebesar 15% dari ke-16 sektor ekonomi kreatif (Badan Ekonomi Creative, 2019). Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku industri fesyen di Indonesia juga banyak diminati, karena produk fesyen mudah ditiru dengan beragam kualitas serta cepat mengalami perubahan tren. Artinya pelaku usaha fesyen tidak hanya bersaing pada industri domestik sejenis namun juga dari negara importir. Di samping itu merek-merek terkenal dari luar juga sudah ekspansi ke lini *fashion* ditambah adanya perilaku sebagian masyarakat Indonesia yang cenderung membanggakan merek internasional dibandingkan merek lokal. Perilaku ini membuat produk lokal semakin sulit bersaing di tingkat global. Selain itu, karya-karya para desainer cenderung menyesuaikan dengan selera atau nilai pribadi tanpa mempertimbangkan selera pasar global (<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle>)

Data lain dari hasil wawancara dengan kepala Dinas Koperasi UKM Perindustrian Perdagangan Kota Bandung dan konfirmasi beberapa pelaku usaha fesyen menyebutkan bahwa dari segi produk hingga pemasaran, kinerja perusahaan sektor fesyen menghadapi banyak kendala, diantaranya: 1) SDM masih terbatas, akibatnya pimpinan seringkali melakukan berbagai peran sekaligus; 2) produk fesyen dalam hal mode cepat berubah menyesuaikan tren, pengusaha fesyen yang masih skala kecil rata-rata terbatas dalam hal modal, sehingga konsistensi dalam produksi belum terjaga; 3) kurang dalam hal riset pasar, terkesan hanya ikut-ikutan dalam produk yang dipasarkan; 4) kurang memperhatikan kualitas produk, seperti kerapihan, kekuatan jahitan, keakuratan ukuran, pemasangan kancing atau

Yen Efawati, 2023

pemasangan aksesoris sehingga standar kualitas selalu rendah dibanding dengan standar produk perusahaan besar atau produk impor; 5) Pemasaran secara *online* baru dijalankan sekitar 60%, selebihnya masih mengandalkan *reseller* dan penjualan langsung secara konvensional; 6) dengan munculnya *e-commerce*, pengusaha UMKM masih kurang dalam hal literasi digital, seperti keterampilan teknis, berkomunikasi dan mengelola informasi secara digital; 7) produk lokal dan impor saling meniru dalam hal mode, namun dimodifikasi dengan lebih baik oleh perusahaan besar atau importir.

Berdasarkan fenomena-fenomena di atas, terlihat bahwa kinerja perusahaan sektor fesyen khususnya di lingkungan UKM Jawa Barat masih mengalami penurunan. Jika kinerja yang rendah ini dibiarkan, maka dikhawatirkan keberadaan ekonomi kreatif khususnya sektor fesyen di masa depan akan terancam. Hal ini juga mengganggu perekonomian nasional dan kesempatan kerja. Sehingga masalah utama yang dihadapi perusahaan di sektor fesyen adalah bagaimana meningkatkan kinerja perusahaan agar menghasilkan produk-produk fesyen yang unggul dan berdaya saing.

Mantan ketua ekonomi kreatif Komite Ekonomi dan Industri Nasional (KEIN), Irfan Wahid mengatakan bahwa dukungan yang dibutuhkan bagi pelaku ekonomi kreatif adalah pengembangan sumber daya manusia, menambah wawasan pengetahuan kewirausahaan secara komprehensif, mengembangkan kemampuan literasi digital dan kemudahan dalam akses permodalan (<https://www.tribunnews.com/bisnis/2019/11/08/ini-empat-permasalahan-utama-industri-kreatif-di-indonesia>). Sementara hasil penelitian Sidauruk, (2013) ditemukan bahwa dukungan yang dibutuhkan pelaku ekonomi kreatif di Jawa Barat adalah pemasaran (30%), keuangan (23%), karyawan (19%), HKI (14%), prasarana umum (13%), lain-lain (1%).

Menurut penelitian Langwerden (2015) masalah lambatnya pertumbuhan kinerja organisasi di UKM karena tingginya pengetahuan tacit dan praktik non-formal yang membatasi kemudahan pengumpulan data. Ditambah infrastruktur dan manajerial *skill* yang kurang memadai (Lawrence & Tar, 2010). Penelitian ini didukung oleh Olawale & Garwe (2010) yang menyatakan bahwa kekurangan keahlian akan berdampak pada kelemahan dalam kemampuan manajemen untuk

Yen Efawati, 2023

bisnis. Adanya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan pimpinan menyebabkan masalah dalam tata kelola usaha bisnis jika diatasi sendiri. Oleh karena itu, pimpinan perlu melibatkan orang lain atau para karyawan dengan memberikan umpan balik yang konstruktif, memberikan penghargaan atau kesempatan untuk berkembang. Dengan demikian, kerjasama dan kolaborasi ini dapat membantu meningkatkan kinerja individu dan kinerja perusahaan.

Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja individu dan kinerja organisasi. Pertama, lingkungan eksternal yaitu semua elemen di luar organisasi yang relevan untuk aktivitasnya. Ada beberapa faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi kinerja organisasi, di antaranya: analisis PESTEL: politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan dan hukum. Analisis PESTEL adalah suatu teknik manajemen strategis yang digunakan sebagai alat analisis eksternal saat melakukan riset pasar dalam bisnis tetapi juga digunakan oleh organisasi untuk mengelola berbagai proyek secara strategis. Studi yang dilakukan Tijani et al. (2022) membuktikan bahwa faktor politik (perubahan kebijakan pemerintah), dan faktor ekonomi (fluktuasi pasar), memiliki dampak besar pada kinerja industri konstruksi di UK Inggris. Sama halnya di Indonesia, tahun 2020 pemerintah memberikan insentif perpajakan dalam bentuk pembebasan kepabeanan dan/atau, cukai, serta perpajakan untuk barang-barang tertentu atas impor. Di satu sisi kebijakan ini menguntungkan pengusaha karena mendapatkan barang-barang secara mudah, namun di sisi lain dapat mengancam pertumbuhan penjualan akibat kemudahan akses tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis pasar untuk menentukan strategi yang tepat dalam rangka menghadapi perubahan lingkungan eksternal organisasi.

Selain itu, studi yang dilakukan Roundy & Bayer (2019) menemukan bahwa organisasi cenderung mengakuisisi sumber daya eksternal untuk mengatasi ketergantungan pada sumber daya tertentu selain menggunakan sumber daya internal. Begitu juga studi George et al. (2019) mengatakan bahwa strategi bisnis yang sesuai dengan lingkungan eksternal dapat meningkatkan kinerja organisasi. Studi ini juga menunjukkan bahwa perusahaan kecil yang memiliki kepekaan terhadap lingkungan eksternal dan kemampuan untuk menyesuaikan strategi bisnis dengan lingkungan eksternal dapat meningkatkan kinerja organisasi. Faktor-faktor

Yen Efawati, 2023

*MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRUSAHAAN
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang berada di luar organisasi dapat bervariasi tergantung pada lokasi dan jenis organisasi. Oleh karena itu, organisasi harus memahami dan mengelola lingkungan eksternalnya dengan baik agar dapat beroperasi dengan efektif dan efisien dalam mencapai tujuannya.

Kedua, faktor individu, yaitu karakteristik yang melekat pada individu itu sendiri, misal keahlian, pengetahuan, personaliti, keadaan psikologis dan keadaan fisik (Van Esch et al., 2018; Weiyue et al., 2015; Yun & Lee, 2017). Semua faktor ini dapat mempengaruhi bagaimana seseorang bekerja, berinteraksi dengan orang lain, dan mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memperhatikan faktor-faktor ini dan memastikan bahwa individu memiliki dukungan dan sumber daya yang diperlukan dalam bekerja. Studi yang dilakukan Otoo, (2019) pada industri perhotelan di Ghana menunjukkan bahwa praktik HRM yang efektif memperbaiki kinerja organisasi dan meningkatkan kompetensi karyawan.

Ketiga, lingkungan internal organisasi, yaitu keadaan atau kondisi yang terjadi dalam organisasi itu sendiri, misal budaya organisasi, hubungan kerja, kepemimpinan dan dukungan peralatan atau teknologi dalam bekerja (Kuvaas & Dysvik, 2010; Martínez-Caro et al., 2020; Weiyue et al., 2015; H. Zhao et al., 2018). Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi motivasi, kepuasan kerja, efektivitas, dan efisiensi individu dalam bekerja, yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja organisasi. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memperhatikan faktor-faktor ini dan memastikan bahwa lingkungan internal organisasi mendukung kinerja individu dan kinerja organisasi yang optimal.

Keempat, perilaku kerja, yaitu tanggapan atau reaksi individu yang muncul berupa sikap atau aksi atas kondisi kerja yang dialami (Bhattacharya et al., 2005; Harari et al., 2016; Shih & Susanto, 2011; Widmann et al., 2016). Perilaku kerja dapat berupa tingkah laku yang positif seperti motivasi, inovasi, dan kerja keras, namun juga dapat berupa perilaku yang negatif seperti absensi, ketidakhadiran, atau ketidakpatuhan. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memperhatikan perilaku kerja individu dan memastikan bahwa perilaku tersebut mendukung pencapaian tujuan kerja dan nilai-nilai organisasi.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat faktor utama yang berasal dari lingkungan luar dan lingkungan dalam organisasi. Keempat faktor adalah lingkungan eksternal, lingkungan internal, internal individu dan perilaku kerja. Faktor-faktor inilah dari sisi empirik yang membedakan dan mempengaruhi kinerja antar individu atau satu organisasi dengan organisasi lainnya. Keempat faktor tersebut dapat berinteraksi dan saling memengaruhi, sehingga organisasi harus memperhatikan semua faktor ini agar dapat meningkatkan kinerja individu dan kinerja organisasi.

Dalam konteks organisasi, Paauwe (2004) mengartikan kinerja sebagai konstruksi multidimensi yang menilai hasil kerja atau perilaku. Konsep kinerja multidimensi mengakui bahwa organisasi tidak hanya mempertimbangkan hasil kuantitatif, seperti pendapatan atau laba, tetapi juga faktor-faktor seperti kepuasan pelanggan, loyalitas karyawan, dan inovasi. Sementara dalam konteks individu, Paauwe (2004) mengartikan kinerja individu sebagai suatu konstruksi multidimensi yang mencakup evaluasi hasil kerja maupun perilaku. Artinya, kinerja individu tidak hanya dinilai berdasarkan hasil kerja saja, tetapi juga melibatkan aspek perilaku seperti keterampilan interpersonal, motivasi, dan inisiatif dalam mencapai target kerja. Oleh karena itu, penilaian kinerja individu harus dilakukan secara komprehensif dan tidak hanya berfokus pada satu aspek saja. Kedua bentuk kinerja, baik individu maupun organisasi memiliki persamaan dalam pengukuran, hanya rinciannya saja yang berbeda.

Menurut Armstrong (2009) peningkatan kinerja organisasi sangat ditentukan oleh kontribusi masing-masing individu atau tim, sehingga kinerja tiap individu berbanding lurus dengan kinerja organisasi. Dengan kata lain, semakin tinggi kinerja individu tiap orang yang terlibat maka semakin tinggi kinerja organisasi tersebut. Hal ini memungkinkan organisasi untuk terus memperbaiki kinerja individu sepanjang waktu dengan mengoptimalkan kontribusi dan tim agar terjadi peningkatan kinerja organisasi. Dalam manajemen kinerja, pimpinan atau manajer dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan karyawan, memberikan umpan balik, memberikan pelatihan dan pengembangan, serta memberikan penghargaan dan insentif untuk meningkatkan kinerja individu dan tim secara

Yen Efawati, 2023

bersama-sama. Oleh karena itu, pimpinan atau manajer memiliki peran penting dalam memperbaiki kinerja individu dan organisasi.

Studi yang dilakukan Masa'deh et al. (2016), mengungkap bahwa kepemimpinan yang efektif dapat memperkuat kinerja individu maupun kelompok karyawan melalui pengaruhnya pada berbagai pengetahuan yang akhirnya meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, studi yang dilakukan Kessler et al. (2020) pada 404 karyawan di tiga puluh satu perusahaan manufaktur yang berbeda membuktikan bahwa kepuasan kerja dapat memprediksi peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Artinya, peningkatan kinerja individu dapat dilakukan dengan memberdayakan individu maupun kelompok melalui pendekatan psikologis dan kemampuannya sehingga terbukti menentukan keberhasilan organisasi.

Ada dua teori yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja, yaitu teori penetapan tujuan (*goal setting theory*) dan teori harapan (*expectancy theory*). Teori penetapan tujuan menjelaskan bahwa tujuan-tujuan yang spesifik dan sulit mengarah ke tingkat kinerja yang lebih tinggi daripada tujuan yang mudah atau tidak jelas. Penelitian yang dilakukan Lunenburg (2011) menyimpulkan bahwa manajer harus memastikan bahwa karyawan memahami tujuan organisasi dan bagaimana tujuan itu terkait dengan tujuan individu. Artinya, ketika tujuan organisasi disesuaikan dengan tujuan individu, maka karyawan akan merasa lebih terlibat dalam pekerjaan dan lebih mungkin untuk bekerja keras dan mencapai tujuan bersama. Selain itu, jika karyawan merasa bahwa tujuan individu dicapai melalui kontribusi mereka pada tujuan organisasi. Kesimpulannya, teori penetapan tujuan merupakan alat yang efektif dalam memotivasi karyawan dalam mencapai tujuan organisasi.

Pimpinan memiliki peran penting dalam memastikan bahwa karyawan dapat mencapai tujuan spesifik atau sulit. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan keyakinan dan dukungan kepada karyawan, dan memberikan umpan balik secara teratur. Hal ini akan membantu karyawan untuk mengembangkan keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut. Selama seseorang berkomitmen untuk tujuan, memiliki kemampuan yang diperlukan untuk mencapainya, dan tidak memiliki tujuan yang bertentangan, maka terdapat hubungan linier positif antara kesulitan tujuan dan

Yen Efawati, 2023

kinerja tugas (Locke & Latham, 2006). Artinya, semakin sulit tujuan yang ditetapkan, maka semakin tinggi pula kinerja yang dapat dicapai asalkan ketiga faktor tersebut terpenuhi.

Sementara itu, teori harapan (*expectancy theory*) menjelaskan bahwa seseorang akan bertindak dengan cara tertentu berdasarkan harapan bahwa tindakan tersebut akan diikuti hasil tertentu (Vroom, 1964). Harapan mendapatkan hasil yang lebih baik, melakukan ide baru yang menarik, berpikir *out of box* dan bernilai adalah komponen kunci dari motivasi kewirausahaan. Studi yang dilakukan Renko et al. (2012) mengatakan bahwa dalam konteks kewirausahaan pada individu yang baru memulai usaha (*nascent entrepreneurship*), faktor harapan, instrumentalitas dan valensi mempengaruhi niat kewirausahaan dan kecenderungan untuk mengambil risiko dalam memulai usaha. Selain itu, studi ini juga menunjukkan bahwa dukungan sosial dan lingkungan bisnis yang positif dapat mempengaruhi niat kewirausahaan. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan institusi terkait mempertimbangkan cara untuk memberikan dukungan sosial dan lingkungan bisnis yang positif bagi individu yang ingin memulai usaha.

Dua teori tersebut menjelaskan bahwa kinerja seseorang dalam organisasi sangat tergantung pada motif tujuan dan harapan. Keduanya berasal dari aspek internal yang menggerakkan perilaku dalam pencapaian tujuan pada tingkat individu maupun organisasi. Dalam praktiknya, organisasi dapat memanfaatkan kedua teori tersebut dengan mengkombinasikan strategi penghargaan dan penetapan tujuan yang tepat, serta memberikan dukungan yang diperlukan agar karyawan dapat mencapai tujuan organisasi secara efektif.

Fase globalisasi ditandai dengan situasi yang tidak stabil dan persaingan ketat sehingga mendorong perusahaan terutama skala kecil-menengah berpikir kritis dan kreatif mencari strategi agar mampu bersaing dipasar global dan berkinerja tinggi. Burke & Litwin (1992) mengatakan bahwa penyebab terjadinya kinerja dan perubahan ditentukan oleh praktek kepemimpinan dalam menyikapi faktor lingkungan eksternal (beragam *marketplace*, kebijakan pemerintah, politik atau perekonomian) dan mengarahkan perilaku bawahan secara transaksional. Oleh karena itu konsep kepemimpinan sebagai *role model* diperlukan dalam pendekatan pembelajaran organisasi dan inovasi untuk mencapai sasaran stratejik organisasi.

Yen Efawati, 2023

Konsep ini mengacu pada *social learning theory* dari Bandura (1989) yang menjelaskan bahwa dalam konteks organisasi, kepemimpinan dianggap sebagai model bagi bawahan dalam hal perilaku, sikap dan nilai-nilai yang dijunjung tinggi. Dengan demikian, pimpinan perlu memiliki visi yang jelas untuk meraih tujuan organisasi dan tetap kompetitif.

Perilaku individu dalam organisasi sangat penting diperhatikan karena berdampak terhadap efektivitas organisasi (Robbins & Judge, 2013) sehingga perilaku ini perlu dikelola dan diarahkan untuk meningkatkan kinerja organisasi dan kinerja orang-orang didalamnya (Schermerhorn et al., 2010). Kemudian dipertegas oleh Harrison (2005) bahwa pencapaian kinerja yang baik ditekankan pada perilaku manusia sebagai pembelajar dan adanya dukungan organisasi. Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran sosial (*social learning theory*) yang mengatakan bahwa perilaku manusia mempunyai interaksi timbal balik yang berkesinambungan antara kognitif, perilaku, dan pengaruh lingkungan. Berangkat dari teori inilah, masalah yang terjadi pada kinerja individu dan kinerja organisasi menjadi solusi melalui interaksi ketiga faktor tersebut.

Robbins & Judge (2013:10) menjelaskan bahwa perilaku organisasi (OB) adalah bidang studi yang berfokus pada perilaku individu, kelompok, dan struktural dengan tujuan menerapkan pengetahuan untuk meningkatkan efektivitas organisasi melalui kinerja. Praktik kepemimpinan yang tepat dianggap sebagai sosok penting dalam memberi arahan, memastikan karyawan dan organisasi berada di arah yang benar. Oleh karena itu dapat dikatakan, kepemimpinan, perilaku dan kinerja saling terkait erat. Kepemimpinan sebagai topik penting, layak diselidiki karena potensi perannya dalam memberikan kontribusi bagi keberhasilan organisasi pada umumnya baik di sektor pemerintah maupun swasta. Selain itu, hasil kerja adalah indikator kinerja utama yang diterima dan diakui sebagai ukuran keberhasilan organisasi, menyiratkan kinerja progresif menuju pencapaian tujuan dan sasaran organisasi sebagai bagian dari strategi bisnis.

Robbins & Judge (2013:25) menggunakan pendekatan tiga tingkatan analisis yang dipergunakan dalam perilaku organisasi, yaitu level individual, kelompok dan organisasional. Penelitian ini membahas kinerja perusahaan dengan menggunakan analisis multilevel dan mediasi lintas level dalam perspektif perilaku

Yen Efawati, 2023

MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

organisasi yang mengacu pada pendekatan Robbins & Judge (2013), yaitu berdasarkan level individu dan level kelompok. Selain pendekatan Robbin & Judge penelitian ini juga menggunakan teori S-O-B-C (*Stimulus-Organism-Bahavior-Consequences*) dari Davis dan Luthans (1980).

Gaya kepemimpinan merupakan salah satu faktor lingkungan internal organisasi yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Oleh karena itu, dalam hal menghadapi permintaan konsumen, persaingan, lingkungan yang selalu berubah, dan situasi yang menantang, dibutuhkan pemimpin yang terbuka dan seimbang atau konvergen. Kepemimpinan terbuka akan efektif dalam memimpin jika memiliki pandangan yang sama dengan pengikutnya yang kreatif (Gupta et al., 2004). Dengan demikian, para pemimpin perlu menyeimbangkan keinginan, pemahaman dan kemampuan individu yang terlibat dalam mewujudkan transformasi atau perubahan yang diinginkan. Namun, tantangan dasarnya adalah menciptakan kemauan pengikut untuk meninggalkan kegiatan konvensional menuju tindakan kewirausahaan yang kreatif.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepemimpinan kewirausahaan (KK) atau *entrepreneurial leadership* secara signifikan dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Nguyen et al., 2021; Sandybayev, 2019; Tong, 2020). Menurut Ireland et al. (2003) kepemimpinan kewirausahaan merupakan kemampuan mempengaruhi orang lain dengan mengelola sumber daya secara strategis, menekankan perilaku mencari peluang dan keuntungan. Oleh karena itu banyak penelitian tentang *entrepreneurial leadership* dikaitkan dengan perubahan perilaku dan hasil positif lainnya. Hasil penelitian Cai et al. (2019) menjelaskan bahwa perilaku *entrepreneurial leadership* memberi kontribusi untuk kinerja perusahaan melalui peningkatan kepercayaan diri individu maupun tim melakukan kreativitas. Sama halnya dengan penelitian Samundra (2019) membuktikan bahwa kontribusi KK melalui inovasi perusahaan dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan. Begitu juga penelitian Bagheri & Akbari (2018) yang menyoroti pentingnya kepemimpinan kewirausahaan yang mendorong inovasi dan kreativitas dalam lingkungan kerja perawat kesehatan.

Namun, hasil penelitian Rezaei & Ortt (2018) menemukan bahwa pengambilan risiko yang sering dikaitkan dengan kepemimpinan wirausaha

Yen Erawati, 2023

berdampak negatif terhadap kinerja. Sama halnya penelitian Hmieleski & Ensley (2007) menunjukkan bahwa kepercayaan diri yang tinggi dari KK tidak selalu menguntungkan bahkan memberi efek negatif bagi organisasi.

Selain kinerja perusahaan (KP), kinerja individu juga dapat dipengaruhi oleh praktik kepemimpinan kewirausahaan (KK) pada organisasi atau perusahaan. Kinerja individu yang baik dapat meningkatkan produktivitas, kualitas produk atau layanan, inovasi dan efisiensi dalam perusahaan. Dengan kata lain kinerja para individu karyawan merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan organisasi. Penelitian yang dilakukan Miao et al. (2019) menemukan bahwa pelaksanaan kepemimpinan kewirausahaan oleh CEO mengarah pada peningkatan kinerja di tingkat tim dan individu melalui keamanan psikologis. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan Sani et al., (2018) menunjukkan bahwa kepemimpinan wirausaha berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap kinerja individu. Namun, penelitian yang dilakukan Gupta et al. (2004) menemukan bahwa kepemimpinan kewirausahaan tidak efektif meningkatkan kinerja di level individu. Penelitian Kramer & Cesinger (2011) juga mengungkap bahwa KK yang sangat fokus pada pencapaian tujuan dan keuntungan besar dapat memicu perilaku yang tidak etis, cenderung mengeksploitasi karyawan dan sumber daya perusahaan sehingga berdampak pada penurunan kinerja individu dan kinerja perusahaan.

Adanya inkonsistensi dari hasil penelitian terdahulu dan situasi berbeda, maka peneliti memutuskan menggunakan kepemimpinan kewirausahaan (KK) sebagai variabel eksogen utama dan melibatkan variabel kinerja individu sebagai pendukung. Oleh karena itu penelitian ini mengisi celah dalam literatur dengan mengeksplorasi variabel kinerja individu (KI) sebagai mediator, sehingga terjadi pengaruh langsung dan tidak langsung pada pengaruh kepemimpinan kewirausahaan (KK) terhadap kinerja perusahaan (KP).

Salah satu tindakan KK untuk meningkatkan kinerja individu di perusahaan adalah dengan cara memotivasi melalui pengembangan dan pelatihan untuk meningkatkan kepercayaan diri individu termasuk melakukan inovasi. Menurut teori harapan (*expectancy theory*), karyawan paling termotivasi untuk berpartisipasi ketika merasa yakin dapat melakukannya dengan sukses dan ketika tahu bahwa partisipasinya dihargai dan diikuti dengan hasil yang diharapkan. Dengan kata lain

Yen Efawati, 2023

ada tiga kekuatan motivasi terbesar yang membuat seseorang mau melakukan tugas. Ketiga motif (Vroom, 1964) tersebut adalah ketika pelaku percaya bahwa (a) mampu menyelesaikan tugas (*high expectancy*), (b) menyelesaikan tugas akan mengarah pada hasil tertentu (*high instrumentality*), dan (c) hasil untuk menyelesaikan tugas, menarik (*high valence* atau *value*). Teori tersebut menjelaskan bahwa kinerja individu tergantung dari motif harapan yang berasal dari aspek internal. Adanya motif tersebut mempengaruhi perilakunya dan akhirnya berdampak terhadap kinerja organisasi.

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, inovasi diakui menjamin kesuksesan bisnis. Kinerja perusahaan atau inovasi dapat dicapai melalui kreativitas individu maupun kelompok (Anderson et al., 2014). Penelitian sebelumnya menekankan pentingnya fasilitator inovasi di tingkat individu, kelompok maupun organisasi. Tung & Yu (2016) mengatakan bahwa dalam industri berteknologi tinggi, kreativitas dan inovasi karyawan tidak muncul secara otomatis, pemimpin harus mendukung dan mendorong orang-orang dalam proses kreatif itu. Artinya diperlukan peran pimpinan yang memfasilitasi terjadinya suatu inovasi. Amabile (1997) mengatakan bahwa orang-orang menjadi sangat kreatif karena termotivasi secara intrinsik. Dengan kata lain, seseorang mengerjakan sesuatu karena menarik, disukai, menggairahkan atau menantang. Sama halnya penelitian yang dilakukan Bodla & Naeem (2014) terhadap 688 *salesman* di industri makanan dan farmasi negara Pakistan, membuktikan bahwa motivasi intrinsik tenaga penjualan secara tidak langsung meningkatkan kinerja penjualan dengan memelihara kinerja kreativitasnya. Namun Gerhart & Fang (2015) dalam temuannya mengatakan bahwa motivasi ekstrinsik juga sangat diperlukan untuk meningkatkan hasil kinerja. Dengan kata lain, karyawan yang sudah tinggi tingkat motivasi intrinsiknya, tanpa diperintahkan pun, sudah memiliki kreativitas sendiri, sehingga perusahaan perlu memberi penghargaan dengan cara imbalan transaksional yang sepadan. Begitu juga temuan Fischer et al. (2019) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi probabilitas menerima imbalan transaksional maka semakin tinggi motivasi intrinsik, sehingga lebih besar efek positif pada kreativitas.

Berpedoman dari beberapa temuan penelitian yang mengatakan kreativitas berasal dari motivasi intrinsik, tetapi untuk situasi tertentu seseorang juga

Yen Efawati, 2023

MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

membutuhkan motivasi secara ekstrinsik. Oleh karena itu, peneliti memasukkan motivasi kreativitas (MK) sebagai salah satu variabel yang dapat memengaruhi kinerja individu. Gabungan antara motivasi intrinsik dan ekstrinsik dijadikan dimensi untuk mengukur motivasi kreativitas karyawan dalam bekerja. Menurut Amabile (1997b) keahlian dan keterampilan berpikir kreatif seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan kerja, namun motivasi tugasnyalah yang paling menentukan sejauh mana seseorang akan terlibat dalam kreativitas. Dengan demikian, dalam penelitian ini pengukuran motivasi kreativitas lebih mengacu pada asumsi motivasi tugas.

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif secara digital, organisasi perlu berinovasi lebih dari sebelumnya untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Untuk mengatasi tekanan inovasi berkelanjutan, dibutuhkan pendekatan yang lebih terstruktur dan terarah. Selain memotivasi untuk melakukan kreativitas, perubahan perilaku kerja karyawan juga menjadi faktor penting dalam mencapai tujuan tersebut. Karyawan yang termotivasi akan menunjukkan perilaku inovatif dengan menghasilkan ide-ide baru untuk produk, layanan, atau proses kerja yang lebih baik. Oleh karena itu, penting untuk melibatkan dan berkolaborasi dengan karyawan, baik secara individu maupun kelompok untuk mendorong terwujudnya inovasi yang lebih efektif. Hal ini sejalan dengan pendapat Tsai & Tseng (2010) yang menyatakan bahwa dasar dari perubahan organisasi sekaligus inovasi dalam organisasi adalah perilaku inovatif yang dilakukan karyawan. Inovasi individu karyawan menjadi kunci penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu inovasi individu atau perilaku inovatif sangat mempengaruhi cara pimpinan memotivasi karyawan untuk tujuan organisasi dan penilaian kinerja.

Tinjauan literatur dan hasil penelitian terdahulu menyebutkan bahwa perilaku inovatif berpengaruh terhadap kinerja individu, kelompok dan pada akhirnya berdampak terhadap kinerja organisasi (Curzi et al., 2019; Kim & Koo, 2017; Yanuar Mufti et al., 2019). Hal ini dapat diartikan bahwa ketika memiliki perilaku inovatif, karyawan akan lebih cenderung menciptakan ide-ide baru yang dapat meningkatkan kinerjanya sendiri, kinerja kelompoknya, dan pada akhirnya kinerja organisasi. Dengan demikian, perilaku inovatif menjadi penting dalam meningkatkan produktivitas dan keunggulan kompetitif organisasi.

Yen Efawati, 2023

MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Riset yang dilakukan Shanker et al. (2017) terhadap 202 manajer yang bekerja di perusahaan Malaysia menunjukkan bahwa perilaku kerja yang inovatif memainkan peran mediasi dalam hubungan antara iklim organisasi dan kinerja organisasi. Sama halnya penelitian Vila et al. (2014) mengatakan bahwa individu yang memiliki kompetensi tertentu cenderung menjadi inovator di lingkungan kerja masing-masing. Waleed (2015) meneliti pada 62 level supervisor ukm di Tunisia dan temuannya menyatakan bahwa perilaku kerja inovatif yang di mediasi oleh output inovasi dan di moderasi oleh lingkungan yang dinamis memberi efek positif terhadap kinerja perusahaan. Dari ketiga riset terdahulu menunjukkan bahwa perilaku inovatif karyawan di tempat kerja dapat menciptakan iklim positif sehingga berdampak terhadap kinerja organisasi. Oleh karena itu, pihak pimpinan perlu menjaga perilaku ini agar menjadi budaya inovatif.

Karyawan yang memiliki perilaku kerja inovatif tidak selalu memberikan dampak positif pada hasil kerjanya. Terkadang, inovasi yang dilakukan tidak terkait dengan tujuan organisasi atau tidak sesuai dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memastikan bahwa inovasi yang dilakukan oleh karyawan selaras dengan tujuan organisasi dan kebutuhan pasar. Selain itu, organisasi juga perlu memberikan dukungan dan sumber daya yang cukup untuk memfasilitasi inovasi yang dilakukan oleh karyawan. Penelitian yang dilakukan Sarwoko et al. (2013) mengatakan bahwa praktek sumber daya manusia yang inovatif tidak memengaruhi kinerja perusahaan. Artinya, diperlukan seorang pimpinan yang mengevaluasi dan mengarahkan agar dapat memberi kontribusi bagi kinerja individu dan perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, peneliti memasukkan variabel perilaku inovatif (PI) bersama motivasi kreativitas (MK) sebagai mediator dalam hubungan kepemimpinan kewirausahaan (KK) dan kinerja individu (KI) akhirnya berdampak terhadap kinerja perusahaan (KP). Hasil ini menambah pemahaman tentang peran kepemimpinan kewirausahaan terhadap perilaku inovatif karyawan yang berkontribusi pada kinerja individu dan kinerja perusahaan yang lebih tinggi.

Penelitian yang disebutkan di atas merupakan contoh dari sekian banyak studi tentang dampak kepemimpinan kewirausahaan terhadap individu maupun organisasi. Faktor-faktor yang memengaruhi kinerja perusahaan melalui kinerja

Yen Efawati, 2023

MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

individu disebabkan oleh faktor-faktor internal seperti motivasi, komitmen, kompetensi, perilaku inovatif dan kepercayaan diri. Faktor-faktor ini berdampak pada munculnya perilaku kewirausahaan baik pada level individu maupun pada level organisasi. Peneliti berkesimpulan bahwa motivasi kreativitas dan semangat berperilaku inovatif dari level individu dipengaruhi oleh kepemimpinan kewirausahaan dari level kelompok sebagai anteseden. Kedua level saling berinteraksi, mengendalikan diri dan saling belajar sehingga akan meningkatkan kinerja, baik individu maupun organisasi sebagai konsekwennya.

Namun dari contoh-contoh yang disebutkan, jenis variabel dan unit analisis berbeda, tidak dilakukan secara komprehensif. Padahal perilaku karyawan salah satunya ditentukan oleh pimpinan. Selain itu karyawan merupakan bagian dari perusahaan, dengan memahami interaksi dan hubungan diantara keduanya akan memudahkan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi hasil kinerja dalam suatu sistem. Dengan demikian peneliti mengajukan rancangan penelitian menggunakan analisis lintas level yang menaungi kedua level, baik di level individu maupun level kelompok untuk meningkatkan pemahaman tentang fenomena yang kompleks.

Secara garis besar, hal yang harus diperbaiki untuk memperbaiki kinerja perusahaan (KP) pada penelitian ini meliputi kepemimpinan kewirausahaan (KK), motivasi kreativitas (MK), perilaku inovatif (PI) dan kinerja individu (KI) yang dikelola oleh para pemilik usaha atau pimpinan. Dengan kata lain, mencapai peningkatan kinerja perusahaan, pengelolaan lingkungan eksternal dan internal perlu dilakukan secara cermat dan kritis. Kedua faktor perlu mendapat perhatian agar ekonomi kreatif dapat tetap kompetitif dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan, motivasi kreativitas dan perilaku inovatif terhadap kinerja individu dan kinerja perusahaan merupakan interaksi dan hubungan yang kompleks karena melibatkan dua unit level yang berbeda. Perbedaan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu adalah bahwa penelitian terdahulu, peningkatan kinerja perusahaan selalu dikaitkan dengan kepemimpinan kewirausahaan. Pada penelitian ini, hubungan KK dengan KP dilakukan secara komprehensif dengan menggunakan dua unit analisis yakni

Yen Efawati, 2023

MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

level individu dan level kelompok. Selain itu, hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan dan kinerja perusahaan menggunakan variabel mediasi lintas level yakni motivasi kreativitas dan perilaku inovatif yang belum pernah diteliti sebelumnya secara keseluruhan. Akibatnya terjadi pengaruh langsung dan tidak langsung antara kepemimpinan kewirausahaan dan kinerja individu maupun kinerja perusahaan, sehingga menjadi orisinalitas penelitian ini dan pembeda dari penelitian lainnya.

Peneliti memandang penting melakukan penelitian ini dan tertarik karena fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa individu, kelompok kerja dan organisasi saling berkaitan satu sama lain. Individu adalah bagian dari suatu kelompok kerja, dan kelompok kerja adalah bagian dari organisasi. Selain itu, pendekatan perilaku dan kesamaan persepsi dalam kajian kepemimpinan kewirausahaan dapat berdampak positif pada kinerja ekonomi kreatif, khususnya di sektor fesyen di kota Bandung, Jawa Barat.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kepemimpinan kewirausahaan, motivasi kreativitas, perilaku inovatif, kinerja individu dan kinerja perusahaan subsektor fesyen kota Bandung?
2. Apakah kepemimpinan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja individu?
3. Apakah motivasi kreativitas memediasi pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja individu?
4. Apakah motivasi kreativitas dan perilaku inovatif memediasi secara serial pada pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja individu?
5. Apakah kepemimpinan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan?
6. Apakah kinerja individu memediasi pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan?

7. Apakah motivasi kreativitas dan perilaku inovatif memediasi secara serial pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini menguji teori pembelajaran sosial dan model penelitian dengan menganalisis:

1. Gambaran kepemimpinan kewirausahaan, motivasi kreativitas, perilaku inovatif, kinerja individu dan kinerja perusahaan subsektor fesyen kota Bandung.
2. Pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja individu.
3. Peran mediasi motivasi kreativitas pada pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja individu.
4. Peran mediasi motivasi kreativitas dan perilaku inovatif secara serial pada pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja individu.
5. Pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan.
6. Peran mediasi kinerja individu pada pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan.
7. Peran motivasi kreativitas dan perilaku inovatif memediasi secara serial pada pengaruh kepemimpinan kewirausahaan pada kinerja perusahaan.

1.4 Manfaat/Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat yang bersifat teoritis maupun praktis. Adapun gambarannya sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengembangkan dan melengkapi teori perilaku organisasi, terutama cara mengatasi masalah peningkatan kinerja perusahaan yang berasal dari sumber internal perusahaan.
 - b. Dalam penelitian ini juga dikembangkan konsep kepemimpinan kewirausahaan, motivasi kreativitas, perilaku inovatif, kinerja individu dan kinerja perusahaan. Diharapkan konsep ini dapat memberikan informasi dan referensi serta motivasi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian

Yen Efawati, 2023

MODEL MEDIASI LINTAS LEVEL PENGARUH KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN SUBSEKTOR FESYEN KOTA BANDUNG JAWA BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

lanjutan yang berkaitan dengan konsep penelitian ini di subsektor ekonomi kreatif lainnya atau di sektor publik.

2. Manfaat praktis

- a. Pemerintah (kementrian koperasi & UKM dan Badan Ekonomi Kreatif) dalam mengembangkan kebijakan untuk mendorong berkembangnya ekonomi kreatif melalui peningkatan inovasi individu maupun kinerja perusahaan.
- b. Pengelola perusahaan sektor fesyen dalam upaya meningkatkan kinerja individu dan kinerja perusahaan melalui kepemimpinan kewirausahaan, motivasi kreativitas dan perilaku inovatif individu.

1.5 Struktur Organisasi Disertasi

Struktur organisasi penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing bab diperinci lagi dengan sub babnya. Bab satu bersifat ontologi dan aksiologi yang berupa pengenalan penelitian sehingga pembaca akan mengetahui objek penelitian dari latar belakang, sifat studi, tujuan dan sasaran serta manfaat hasil penelitian. Bab ini juga berisi pertanyaan penelitian yang berasal dari rumusan masalah.

Bab dua bersifat epistemologi, mengungkap hubungan antara variabel anteseden dan konsekwen terhadap kinerja perusahaan, menggunakan analisis lintas level, yaitu level individu dan level kelompok. Literatur berasal dari buku, jurnal nasional maupun internasional untuk memahami konsep dan pengembangannya. Sehingga didapat kerangka pemikiran, model penelitian konseptual dan hipotesis penelitian, dipaparkan untuk menjawab pertanyaan nomor 1-7. Model penelitian konseptual dan hipotesis penelitian harus diuji secara empirik menggunakan lintas level unit analisis. Oleh karena itu kuesioner diberikan kepada para pimpinan/manajer dan karyawannya di perusahaan sektor fesyen kota Bandung untuk mendapatkan data penelitian.

Metodologi yang digunakan untuk meneliti model konseptual dijelaskan dalam bab tiga. Pada bab ini di jelaskan objek dan subjek penelitian, metode penelitian yang digunakan, desain penelitian, teknik pengumpulan data, teknik

sampling dan analisis data. Peneliti juga menjelaskan teknik pengambilan data dan analisis data yang dipilih.

Selanjutnya, bab empat berisi tentang temuan penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang diperoleh dari survei dan kuesioner yang diuji dan di analisis. Terakhir, bab lima berisi simpulan dan implikasi, batasan penelitian serta rekomendasi bagaimana memotivasi dan memunculkan perilaku inovatif karyawan sehingga meningkatkan kinerja individu dan kinerja perusahaan.