

ENTREPRENEURIAL LEADERSHIP, SELF EFFICACY, INOVASI DAN MODAL SOSIAL DALAM BERWIRAUSAHA DI SEKTOR EKONOMI KREATIF

Mirdha Fahlevi SI^a dan Yusnaidi^b

^{a,b} Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

Corresponding author: mirdha.fahlevi@utu.ac.id

Abstrak.

Entrepreneurial leadership dan self efficacy dipandang sebagai faktor utama yang mendorong individu untuk berwirausaha. Dua faktor ini akan mendorong individu untuk berinovasi dalam menciptakan peluang usaha. Inovasi adalah hal yang mutlak diperlukan dalam kewirausahaan. Inovasi mengolah berbagai sumber daya baru untuk menghasilkan nilai tambah. Faktor modal sosial juga sangat menentukan keberhasilan kewirausahaan, karena iklim dan dukungan lingkungan sekitar sangat menentukan kesuksesan kewirausahaan. Saat ini, adanya kecenderungan anak muda berwirausaha di sektor ekonomi kreatif. Hadirnya berbagai produk baru di sektor ini tidak terlepas dari peran tangan pemuda kreatif dalam melakukan eksplorasi peluang usaha baru yang mampu menghasilkan produk dan jasa yang bersaing di pasar global. Kehadiran berbagai barang dan jasa baru di era saat ini telah memberi dinamika baru terhadap ketersediaan barang dan jasa di sektor ekonomi kreatif.

Kata Kunci : Entrepreneurial Leadership, selft efficacy, Bisnis, inovasi, ekonomi kreatif

Abstract.

Entrepreneurial leadership and self efficacy are acknowledged as the main factors which encourage individuals to become entrepreneurs. These two factors motivate individuals to innovate in creating business opportunities. Innovation is absolutely necessary in entrepreneurship due to its ability to process new resources with added values. Social capital factors also determine the success of entrepreneurship, because the support of social environment significantly promotes entrepreneurial success. Currently, there is a tendency for young people to be entrepreneurs in the creative economy sector. The presence of various new products in this sector is mostly contributed by creative youth in developing new business opportunities to produce competitive goods and services in global market. These new products have given a new dynamic to the future of creative economy development.

Keywords: entrepreneurial leadership, selft efficacy, business, innovation, creative economy

PENDAHULUAN

Sektor ekonomi kreatif telah menjadi primadona tersendiri pada saat ini. Menyahuti fenomena tersebut, Pemerintah menyusun regulasi melalui Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Regulasi tersebut bertujuan untuk merangsang pertumbuhan sektor ekonomi kreatif

di Indonesia sebagai salah satu sektor ekonomi potensial. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 72 tahun 2015 mengklasifikasikan sub sector ekonomi kreatif yang terdiri dari arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fashion; aplikasi dan *game developer*; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa.

Pengembangan ekonomi kreatif saat ini masih dihadapkan tujuh isu utama yang menjadi tantangan bagi perkembangan ekonomi kreatif, yaitu sumberdaya manusia kreatif, bahan baku, daya saing industri, pembiayaan, pasar, infrastruktur dan teknologi, serta kelembagaan dan iklim usaha. Melihat berbagai peluang yang besar tersebut, kewirausahaan di masa mendatang harus diarahkan pada pengembangan potensi ekonomi kreatif secara maksimal. Potensi keenam belas sector ekonomi kreatif tersebut perlu digarap secara maksimal dalam rangka mendorong pertumbuhan kewirausahaan di tanah air dalam rangka mendorong lahirnya produk berupa barang dan jasa baru hasil kreativitas masyarakat Indonesia yang mampu bersaing di pasar regional bahkan internasional.

Kewirausahaan dan inovasi ibarat bahan bakar bagi perusahaan untuk tetap eksis dalam memenangi persaingan di era yang sangat kompetitif. Kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam ketatnya persaingan serta mempertahankan *product life cycle* pada tahapan menanjak ataupun puncak akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dan individu di dalamnya untuk berinovasi. Audretsch (2008) mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan individu dalam mengambil risiko untuk mengolah sumber daya yang tersedia menjadi produk baru baik berupa barang dan jasa. Kesuksesan dalam berwirausaha, sangat ditentukan oleh keberanian individu dan daya kreativitas yang mereka miliki.

Perkembangan pengetahuan dan teknologi saat ini telah berdampak pada lahirnya peluang usaha baru di sektor ekonomi kreatif. Teknologi saat ini juga memungkinkan hadirnya bisnis baru dengan biaya operasional yang lebih efektif dan efisien. Peluang ini sangat potensial untuk dimanfaatkan dengan baik oleh anak muda untuk berwirausaha dalam menciptakan berbagai barang dan jasa baru. Kemampuan untuk melihat kesempatan sebelum orang lain adalah salah satu aspek penting dalam kewirausahaan. Kewirausahaan adalah konstruk yang terdiri atas beberapa aspek yang terdiri dari sikap proaktif, keberanian mengambil resiko dan inovasi serta memanfaatkan kesempatan yang ada.

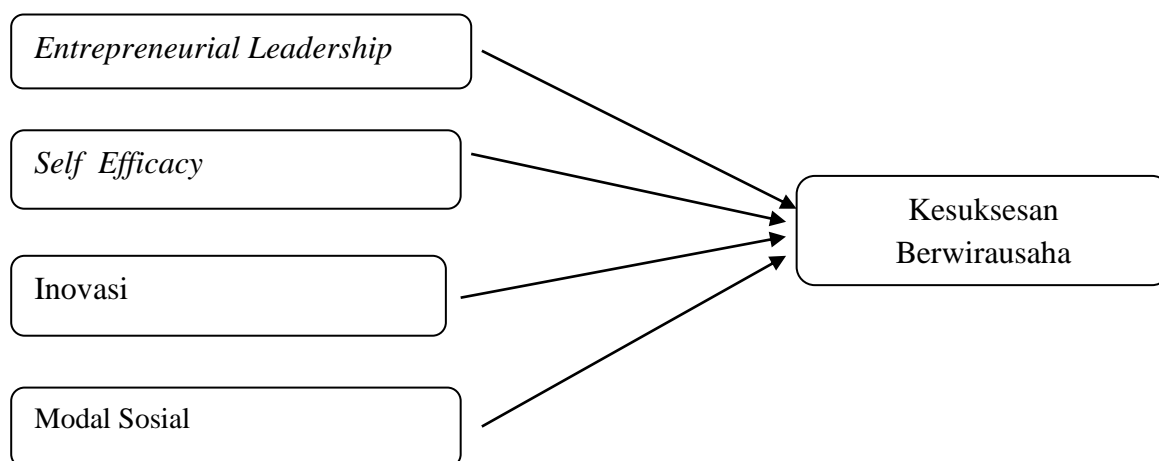
Wicaksono (2012) menyampaikan bahwa kewirausahaan bisa dimanifestasikan dalam empat komponen. Keempat komponen tersebut adalah, kesiapan berhadapan dengan situasi yang tidak pasti, kemampuan menghitung potensi resiko, bertanggungjawab, dan mampu menyelesaikan setiap tantangan/masalah yang muncul dalam bisnis. Empat komponen tersebut sangat penting bagi seorang wirausaha baru yang terjun memulai bisnis di lingkungan yang sangat dinamis. Seorang wirausahawan baru sangat dituntut agar lebih peka dengan segala kemungkinan kondisi yang terjadi terhadap kegiatan usaha mereka dalam lingkungan yang sangat dinamis terutama dalam sektor ekonomi kreatif.

Era modern saat ini juga menghadirkan persaingan yang lebih ketat dari era sebelumnya. Persaingan yang seringkali meniadakan batas geografis dan negara sehingga sesuatu yang dihasilkan di suatu negara tidak hanya bersaing dengan produk di negara

tersebut namun juga bersaing dengan produk sejenis dari berbagai belahan dunia. Tantangan inilah yang menjadikan aspek kreativitas dan inovasi sebagai kekuatan utama dalam bisnis terkini.

KERANGKA TEORITIS

Penelitian ini melakukan kajian terhadap peran *entrepreneurial leadership*, *self efficacy*, inovasi dan modal sosial dalam berwirausaha di sektor ekonomi kreatif. Ketiga faktor tersebut dianggap berkontribusi positif terhadap kesuksesan seseorang dalam melakukan kegiatan kewirausahaan di sektor ekonomi kreatif. Secara lebih, kerangka hubungan tersebut sebagaimana digambarkan pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1.

Faktor- Faktor Yang Menentukan Kesuksesan Berwirausaha di Sektor Ekomomi Kreatif

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan cara kajian literature yang relevan. Studi literature dilakukan terhadap berbagai penelitian terdahulu yang relevan. Hasil kajian literature digunakan untuk mendeskripsikan fenomena kewirausahaan di sektor ekonomi kreatif yang dilaksanakan oleh masyarakat, terutama kalangan generasi milenial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

***Entrepreneurial leadership* dalam Kewirausahaan**

Kewirausahaan merupakan aspek yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi negara maupun daerah. Kewirausahaan ibarat katalisator dalam pembangunan ekonomi bangsa. Pergerakan ekonomi sangat tergantung pada jumlah *entrepreneur* sebuah wilayah. Suryana (2011) Para *enteprenerur* memberi dampak terhadap perkembangan ekonomi melalui penyediaan barang dan jasa hingga menciptakan lapangan kerja baru. Hal ini akan membuat nadi perekonomian menjadi berdenyut.

Aspek kepemimpinan sangat berperan dalam menentukan kesuksesan kewirausahaan. Pebisnis harus memiliki kemampuan *leadership* dalam mengelola perusahaan. Noer (2014) mengemukakan bahwa ada hubungan antara dimensi Kepemimpinan (*leadership*) dengan dimensi kewirausahaan (*entrepreneurship*). Seorang pemimpin yang memiliki jiwa *entrepreneurship* akan dapat melahirkan rentetan perubahan positif pada lingkungan dan masyarakat dengan melahirkan gagasan ide baru dalam menciptakan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan lingkungan mereka.

Di sisi lain, seorang *entrepreneur* juga harus mempunyai ketrampilan untuk memimpin usaha yang sudah mereka bangun. Kombinasi dua aspek ini sangat penting dalam rangka mendukung terciptanya proses pembelajaran berkelanjutan dalam membangun sebuah usaha agar tetap eksis melalui inovasi. Seorang wirausaha yang memiliki jiwa kepemimpinan akan lebih mudah dalam memimpin bisnis mereka serta melakukan inovasi dalam rangka memenangi persaingan usaha.

Leitch (2012) mengemukakan bahwa konsep kepemimpinan kewirausahaan muncul dalam menyikapi dinamika pembangunan ekonomi saat ini. Pada abad 21 ini, perubahan lingkungan bersifat dinamis. Semua dapat berubah dengan cepat. Oleh sebab itu, *entrepreneurial leadership* sangat diperlukan dalam mengelola bisnis di lingkungan yang dinamis. Kolaborasi antara kemampuan kewirausahaan dengan kepemimpinan merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan individu dalam membangun dan mengembangkan kewirausahaan dalam perusahaannya. Hasil akhir dari hal ini adalah keberlanjutan perusahaan dalam penyediaan barang dan jasa sesuai kebutuhan konsumen.

Ireland (2003) Kepemimpinan kewirausahaan juga merupakan aspek penting dalam merealisasikan *kewirausahaan strategic*. Para pemimpin perusahaan didorong untuk mengelola sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dalam rangka mencapai keunggulan bersaing perusahaan tersebut. *Entrepreneurial leadership* yang dimiliki oleh individu juga akhirnya berdampak pada kewirausahaan yang berkelanjutan. Wagner (2010) kewirausahaan berkelanjutan adalah realisasi inovasi berkelanjutan dalam melahirkan berbagai produk dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis. Pemimpin bisnis yang mempunyai jiwa kewirausahaan akan terus melakukan eksplorasi terhadap berbagai sumber daya yang dimiliki dalam rangka melakukan inovasi dalam perusahaan yang dia pimpin.

Basrowi (2009) mengemukakan bahwa *entrepreneurial leadership* merupakan kepemimpinan dalam kewirausahaan dalam mempertahankan inovasi dan adaptasi dengan lingkungan bisnis yang tidak pasti dan terus mengalami perubahan. Individu yang berkecimpung dalam kewirausahaan dituntut untuk dapat membangun kemampuan dinamis perusahaan melalui berbagai inovasi yang dilakukan.

Menurut Alma (2009) Aspek-aspek *entrepreneurial leadership* tersebut adalah *Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence*. Seorang *leader* bisnis harus bisa memberikan motivasi kepada para pegawainya untuk meraih tujuan organisasi, memiliki visi yang jelas dalam menjalankan perusahaan yang dipimpinya. Seluruh sumber daya yang dimiliki dalam organisasi tersebut diarahkan untuk

mencapai visi organisasi yang telah ditetapkan. Pemimpin bisnis juga harus berani mengambil risiko dalam mengelola inovasi dengan tekun dalam rangka mengejar tujuan organisasi.

Surie (2007) mengemukakan bahwa *entrepreneurial leadership* membutuhkan sikap proaktif dan menggunakan peluang dalam menciptakan inovasi baru. Pemimpin dalam kewirausahaan harus memosisikan diri sebagai innovator dalam memimpin bisnis mereka secara tepat. Para pemimpin wirausaha menggunakan semua sumber daya dan pengetahuan yang dimiliki untuk memfasilitasi pemecahan masalah dan penciptaan nilai melalui barang dan jasa baru.

Dalam konteks bisnis di sektor ekonomi kreatif, pebisnis sangat dituntut mempunyai kemampuan *entrepreneurial leadership* dalam mengelola bisnisnya. Hal ini akan sangat membantu dalam rangka mengelola perusahaan secara tepat dan memimpin perusahaan dengan mengelola perubahan. Renko (2015) mengemukakan bahwa kepemimpinan kewirausahaan sangat tepat diterapkan dalam berbagai bentuk organisasi. Hal ini bertujuan untuk merangsang produktivitas dan kreativitas organisasi dalam menghadapi dinamika persaingan masa kini. Bisnis yang dipimpin oleh individu yang memiliki sikap tersebut akan terus melakukan pembenahan dan membaca peluang baru. Akhirnya, perusahaan dapat melakukan adaptasi terhadap lingkungan baru dengan mudah.

Self Efficacy Dalam Membangun Usaha

Self efficacy (efikasi diri) adalah keyakinan seseorang terhadap pribadinya bahwa dia yakin mampu memiliki kompetensi untuk melaksanakan sesuatu dengan baik guna meraih tujuan tertentu. Efikasi diri sangat diperlukan oleh seseorang yang ingin melakukan kewirausahaan, seorang pengusaha harus mempunyai keyakinan dan mental yang tangguh dalam membangun usaha. Apabila pengusaha tidak memiliki mentalitas ini, maka dia tidak akan mampu menghadapi berbagai tantangan dalam dunia kewirausahaan yang sangat dinamis. Barakat (2014) *self-efficacy* mempengaruhi motivasi dan kemampuan untuk terlibat dalam kegiatan tertentu. Betz, (1981) mengemukakan bahwa *self-efficacy* yang dimiliki oleh seseorang sangat menentukan pilihan karir yang akan digeluti oleh individu tersebut.

Wilson (2007) mengemukakan bahwa *self efficacy* timbul dalam diri seseorang berdasarkan pada persepsi dirinya terhadap kemampuan yang dimiliki. Konsep ini mencerminkan pikiran individu apakah mereka memiliki kemampuan dianggap penting untuk menyelesaikan suatu tugas, serta keyakinan bahwa mereka akan dapat secara efektif mengkonversi keterampilan mereka dalam rangka memberi hasil maksimal terhadap pekerjaan tersebut. Bechard (2005) mengemukakan bahwa, *self efficacy* dalam kewirausahaan dapat dibentuk melalui pendidikan kewirausahaan.

Menurut Baron (2008) efikasi diri dalam kewirausahaan adalah keyakinan seseorang terhadap dirinya dalam mengembangkan produk baru dan membaca *market opportunity* dan mengembangkan lingkungan yang inovatif, memulai serta menguatkan hubungan dengan investor, menetapkan tujuan utama perusahaan, mengatasi hambatan yang tidak terduga, dan mengembangkan SDM untuk menunjang kesuksesan perusahaan yang dipimpin.

Selanjutnya, dikemukakan bahwa terdapat empat sumber efikasi diri yaitu *mastery experience* (pengalaman menguasai sesuatu), *vicarious experiences* (modeling sosial) *social*

persuasion (persuasi sosial) *arousal* (kondisi fisik dan emosional). *Mastery experience* dapat dipahami sebagai pengalaman seseorang dalam menguasai sebuah bidang tertentu. Aspek ini sangat berpengaruh dalam membentuk efikasi diri. Seseorang yang pernah mengalami kesuksesan di suatu bidang akan dengan mudah meningkatkan rasa percaya dirinya dan meningkatkan efikasi diri. Efikasi diri juga dapat muncul melalui proses *modeling social* atau belajar dan mengamati pengalaman orang lain. Selain itu, aspek persuasi social dan lingkungan sekitar juga mempunyai andil dalam membangun efikasi diri serta aspek kondisi fisik dan emosional individu tersebut.

Bandura (1977) menyatakan bahwa efikasi diri adalah bentuk kepercayaan seseorang atas kemampuan yang ia miliki untuk merampungkan suatu pekerjaan tertentu. Persepsi pribadi seperti ini memiliki peranan penting dalam mengembangkan intensi seseorang. Efikasi diri adalah kepercayaan (persepsi) individu tentang kemampuan membentuk perilaku dan mental berwirausaha. (Gadaam, 2008). Efikasi diri diukur dengan indikator kepemimpinan sumber daya manusia, percaya diri untuk memulai usaha, kepercayaan diri akan kemampuan mengelola usaha, dan kekuatan mental dalam usaha.

Manifestasi dari efikasi diri dapat ditemui dalam kinerja serta tujuan organisasi (Cherian dan Jacob, 2013). Ketika karyawan memahami tugas dan tanggungjawab yang ia harus laksanakan maka efikasi diri akan terbentuk dan sebaliknya, ketika pemahaman job description yang rendah maka efikasi diri juga akan rendah. Sementara itu Bandura (1997) dan para ahli lainnya menerangkan berbagai manfaat efikasi diri yang tinggi bagi pengembangan bisnis. Manfaat tersebut antara lain adalah giat dan bersemangat dalam menaklukkan tantangan dan mengembangkan bisnis. Efikasi juga mengakibatkan menurunnya tingkat kecemasan dan tekanan saat melaksanakan tugas. Kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan, lekas bangkit dari kegagalan masa lalu serta tidak mudah menyerah merupakan poin penting lainnya dari tingginya efikasi diri.

Namun sebaliknya, efikasi diri yang rendah menyebabkan rendahnya rasa percaya diri untuk sukses dan mampu menaklukkan tantangan yang ada. Hal ini berimbas negatif bagi pengembangan bisnis dan lingkungan kerja serta menciptakan keengganan untuk berinisiatif dalam mengkreasikan ide-ide bisnis dan menaklukkan tantangan yang ada. Disamping imbas negatif bagi bisnis dan organisasi, efikasi diri yang rendah juga akan menurunkan tingkat kesehatan pribadi karyawan atau wirausahawan karena rentan terhadap stress dan depresi karena tekanan dunia kerja.

Inovasi dalam Berwirausaha

Dalam kewirausahaan, inovasi dipandang sebagai mesin yang mampu membuat sebuah perusahaan tetap eksis dan meraih keunggulan daya saing lestari. Inovasi adalah hasil dari sebuah kreativitas. Inovasi dan kreativitas sangat diperlukan dalam pengembangan produk dan jasa baru. Agarwal (2007) menyatakan bahwa kewirausaha merupakan proses kreatif dan inovatif mengkreasikan *added value* atas barang dan jasa yang kemudian memunculkan berbagai keunggulan termasuk keunggulan dalam memenangkan persaingan (*competitive advantages*).

Larsen (2007) menyatakan bahwa inovasi merupakan karakter terpenting dalam berwirausaha. Inovasi membuat perusahaan menjadi tetap awet di tengah perubahan zaman. Inovasi mendorong perusahaan melakukan penyesuaian barang dan jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen yang sangat dinamis. Konsumen tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Konsumen akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan lebih mampu memuaskan kebutuhan mereka. Oleh sebab itu, inovasi berkelanjutan sangat diperlukan dalam rangka mempertahankan eksistensi perusahaan di pasar.

Beberapa aspek yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan inovasi antara lain inovasi produk dan inovasi manajemen. Inovasi produk dilakukan oleh perusahaan melalui menciptakan varian baru produk yang ditawarkan. Hal ini bertujuan mencegah kebosanan pelanggan maupun menggait pasar baru yang masih sangat potensial. Sedangkan inovasi manajemen yang dapat dilakukan oleh perusahaan meliputi proses kerja, proses produksi, keuangan dan pemasaran. Inovasi di bidang manajemen bertujuan dalam rangka menciptakan efisiensi perusahaan dalam melakukan operasionalnya. Crumpton (2012) mengemukakan bahwa inovasi yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan dalam rangka mengamankan keberlanjutan perusahaan di masa mendatang.

Hitt (2001) menerangkan bahwa dalam berinovasi perusahaan harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut ini yaitu, analisis peluang yang ada saat ini dan di masa yang akan datang, mencari hal-hal baru yang dapat memuaskan konsumen, sederhana namun terarah, dimulai dari yang kecil dan mudah untuk segera dilakukan, serta memperkuat leadership. Pada prinsipnya, inovasi mencoba untuk menawarkan produk baru dan efisiensi perusahaan. Oleh sebab itu, inovasi harus mampu menghasilkan nilai lebih bagi institusi yang melakukan inovasi. Drucker (1985) mengemukakan bahwa inovasi adalah sebagai kemampuan untuk menjalankan kreativitas dalam rangka memberikan solusi terhadap persoalan dan membuka peluang guna peningkatan kualitas kehidupan.

Keeh, *et.al* (2007) turut memberikan pandangannya terkait arti penting inovasi bagi sebuah lembaga bisnis. Beberapa alasan yang dikemukakannya antara lain perubahan teknologi, perubahan lingkungan, perubahan kebutuhan konsumen, perubahan pasar dan proses transformasi perusahaan menjadi lebih baik. Berbagai faktor pendorong tersebut menawarkan kepada perusahaan hanya dua pilihan, yaitu melakukan inovasi atau mati. Para pimpinan perusahaan tentu akan melakukan berbagai upaya penyelamatan perusahaan melalui inovasi. Zhao (2005) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa ada hubungan antara entrepreneurship dengan inovasi. Kewirausahaan dan inovasi saling melengkapi, dan kombinasi dari keduanya adalah penting untuk keberhasilan organisasi dan keberlanjutan dalam lingkungan bisnis yang sangat dinamis.

Persaingan bisnis di era digital sangatlah tajam, dimana teknologi berkembang dengan sangat cepat, diiringi munculnya produk-produk inovasi baru, proses bisnis dan inovasi layanan baru dari para pesaing. Hal ini mendorong perusahaan untuk terus berusaha memperbaiki diri dan memperkenalkan berbagai inovasi yang mampu meningkatkan daya saingnya di pasar. Penyesuaian diri terhadap teknologi baru merupakan hal yang tidak dapat

dihindari. Perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis seperti ini membuat siklus hidup produk semakin pendek, sehingga membutuhkan kecepatan untuk terus memperbaharui performance sebuah produk untuk beradaptasi dengan kebutuhan konsumen terkini. Hal ini terjadi karena semua perusahaan berlomba-lomba untuk berinovasi dan memberikan layanan terbaik. Sehingga perusahaan yang tidak mampu berinovasi akan kalah dalam persaingan.

Oleh karena itu setiap perusahaan harus menyikapi hal ini juga dengan melakukan inovasi untuk menyeimbangkan dengan inovasi yang dilakukan pesaing.

Era saat ini, kebutuhan konsumen semakin berubah dan meningkat. Mereka semakin jeli dengan kualitas sebuah produk yang ditawarkan. Oleh karena itu *skill* inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan. Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan akan menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi kinerja perusahaan yang lebih baik.

Persaingan di abad 21 diwarnai dengan pasar yang kompetitif. Pergerakan pasar yang sangat cepat menuntut inovasi yang dilakukan oleh perusahaan secara tepat dan cepat. Apalagi dalam sektor ekonomi kreatif, aspek kreatifitas dalam melahirkan inovasi sangat diperlukan dalam melihat berbagai potensi baru yang mampu menghasilkan keuntungan bagi perusahaan melalui produk baru. Perusahaan yang bersaing dalam era saat ini, dilarang keras mempertahankan *status quo*. Mempertahankan *status quo* sama dengan merencanakan kegagalan dalam waktu dekat. Inovasi dalam kewirausahaan di era digital, ibarat jantung yang terus memompa darah ke seluruh tubuh, jika jantung berhenti dalam berdetak, maka organism akan mengalami kematian, begitu juga apabila inovasi berhenti, perusahaan juga akan mengalami kegagalan.

Modal Sosial Penyangga Kesuksesan Berwirausaha

Modal sosial adalah konsep yang menjembatani konsep dalam disiplin ilmu ekonomi dan konsep dalam disiplin ilmu sosiologi. Konsep ini adalah hasil dari perkembangan teori dan penelitian yang relatif baru. Perusahaan-perusahaan di era bisnis modern juga telah banyak memanfaatkan modal sosial dalam berbagai kegiatan bisnisnya. Ha (2010) menyampaikan bahwa konsep modal sosial telah menjadi topik penelitian pada berbagai bidang (*multidisipliner*) dalam beberapa tahun terakhir ini. Konsep modal sosial juga telah mulai diterapkan dalam disiplin ilmu kewirausahaan dan beberapa disiplin ilmu lainnya yang berkaitan dengan sosial-ekonomi.

Shane (2010) kehadiran modal social dalam melakukan bisnis akan mempermudah para pebisnis dalam mencari ide dan mengembangkan peluang dalam berwirausaha. Inovasi juga akan menjadi mudah dilakukan dengan adanya modal social. Becker(1964) Pebisnis yang mempunyai modal sosial dalam berwirausaha, mempunyai kecenderungan keberhasilan yang lebih besar dibandingkan dengan mereka yang tidak mempunyai modal social. Sebagai salah satu bagian dalam sistem sosial, kewirausahaan juga membutuhkan pada dukungan sosial dan lingkungan sekitar. Lingkungan sekitar yang kondusif dan dinamis menjadi faktor

tersendiri dalam rangka mendukung kesuksesan kewirausahaan. Menurut Putnam (1993) memaknai modal sosial sebagai karakteristik organisasi sosial, seperti norma-norma, kepercayaan, dan jejaring sosial yang memudahkan koordinasi dan kerjasama untuk manfaat bersama. Modal sosial merupakan sumber-sumber daya yang dapat diakses oleh individu dan kelompok dalam sebuah struktur sosial, yang memudahkan tindakan kolektif, kerjasama, dan terjaganya norma-norma.

Modal sosial sangat diperlukan oleh seorang wirausahawan dalam membangun dan mengembangkan bisnis mereka. Hasbullah (2006) mengemukakan bahwa ada enam unsur pokok dalam sebuah modal social yaitu partisipasi dalam jaringan, pembalasan, kepercayaan, norma social, nilai dan tindakan proaktif. Carolis (2006) mengemukakan bahwa, modal social pada akhirnya akan membentuk hubungan jaringan untuk menstimulasi berbagai ide baru dalam mengembangkan potensi bisnis. Kewirausahaan sector ekonomi kreatif tanpa ada modal social akan sangat sulit menembus pasar dan berkembang di tengah pergerakan pasar yang sangat dinamis.

Payne (2011) mengemukakan bahwa modal sosial merupakan nilai yang tertanam dalam sebuah hubungan sosial individu maupun kolektif. Nilai-nilai tersebut sangat berperan bagi pertumbuhan setiap individu yang ada di dalamnya, dan akhirnya juga berdampak terhadap kewirausahaan sebagai salah satu aktivitas individu dalam sebuah system sosial. Nahapiet dan Ghoshal (1998) mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya aktual dan sumber daya potensial yang tersedia melalui proses interaksi sosial. Kuratko (2007) Dalam berbagai literatur, modal sosial sering digunakan sebagai variabel untuk memprediksikan kesuksesan kewirausahaan. Felicio et al (2012) menyatakan berdasarkan riset yang ia lakukan bahwa pengusaha yang secara alami memiliki kecenderungan untuk bergantung pada perlindungan keluarga dan dan ikatan lainnya akan berbeda dengan para manajer yang mendapatkan kekuasaan dan pengaruh berdasarkan hubungan personal dan status sosial. Dia juga menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan realtif tidk memiliki pengaruh signifikan terhadap elemen-elemen dalam modal sosial. Perusahaan di sektor industri yang berbeda maka akan berbeda pula keterkaitan dan pengaruh modal sosial terhadap perusahaan tersebut baik pengaruh terhadap pengusahanya ataupun manajernya. Data menunjukkan bahwa terdapat perbedaan jelas pengaruh modal sosial bagi perusahaan di bidang industri yang berbeda-beda.

Modal sosial pada dasarnya muncul seiring dengan faktor budaya yang saling mendukung antar sesame dalam sebuah sistem sosial. Kuratko (2007) Dalam keadaan lingkungan yang dinamis, modal sosial sangat dibutuhkan dalam membangun kewirausahaan. Bourdieu (1992) mendefinisikan modal sosial adalah jumlah sumber-sumber daya, aktual atau virtual (tersirat) yang berkembang pada seorang individu atau sekelompok individu karena kemampuan untuk memiliki suatu jaringan yang dapat bertahan lama dalam hubungan-hubungan yang telah diinstitusikan berdasarkan pengetahuan dan pengenalan timbal balik. Dengan demikian, modal sosial menurut fungsinya dapat dipahami sebagai entitas majemuk yang mengandung dua elemen. *Pertama*, modal sosial mencakup beberapa aspek dari struktur

sosial. *Kedua* modal sosial memfasilitasi tindakan tertentu dari pelaku dalam struktur tersebut.

Bourdieu (1992) memandang modal sosial sebagai aset produktif yang dibangun dengan investasi melalui interaksi social. Investasi modal social dibangun melalui pergaulan dan jam terbang individu dalam sebuah kelompok. Sama seperti modal lainnya dalam berwirausaha, modalsosial juga mengalami depresiasi oleh waktu, dan harus terus dijaga agar tidak berhamburan dan menjadi usang. Suatu investasi individual atas modal sosial tergantung pada karakteristik sosio-ekonomi perseorangan, pada usia tertentu, latar belakang keluarga tertentu serta tingkat pergaulan.

Nahapiet dan Ghoshal (1998) mendefinisikan modal sosial sebagai jumlah dari sumber daya aktual dan potensial yang tertanam didalamnya, dan tersedia melalui jaringan koneksi yang dimiliki oleh sosial atau individu. Dalam perspektif modal sosial sebagai penunjang kewirausahaan, modal sosial memandang sumber daya yang terdapat dalam salah satu hubungan sosial dapat digunakan untuk mendukung kegiatan kewirausahaan, yang diharapkan memberikan penjelasan yang lebih komprehensif tentang sebuah kejadian, dan memberikan wawasan baru untuk kesuksesan pengembangan kewirausahaan dalam konteks negara berkembang.

Membangun kewirausahaan dalam sektor ekonomi kreatif sangat tergantung pada dukungan dari modal sosial. Aspek ini sangat menentukan keberhasilan wirausaha di sektor yang sangat kompetitif dan menuntut kreativitas yang sangat tinggi. Dukungan dari modal social akan menjadi katalisator dalam menemukan ide dan kreativits baru dalam mempertahankan produk yang ditawarkan perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing dengan berbagai produk baru yang ditawarkan oleh kompetitor. Dukungan dari aspek modal social akan memudahkan perusahaan dan pebisnis dalam mempromosikan produk mereka kepada komunitas mereka maupun kepada calon pelanggan yang potensial.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan kajian terhadap literature, dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurial leadership, self efficacy*, inovasi dan modal sosial sangat menentukan tingkat keberhasilan dalam menjalankan usaha di sektor ekonomi kreatif. Variabel tersebut merupakan faktor yang sangat mendasar bagi siapapun yang bertekad menjalankan kegiatan kewirausahaan di berbagai sektor ekomoni kreatif. Pelaku usaha yang mempunyai ketiga variabel tersebut akan dengan mudah dapat menyikapi perubahan dunia usaha yang sangat dinamis.

Penelitian ini masih sebatas *desk research* dengan hanya melakukan kajian terhadap literature terdahulu. Kondisi ini mengakibatkan hubungan antar variabel tidak dapat dijelaskan secara lebih rinci dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan pendekatan metode kuantitatif sehingga dapat menjelaskan lebih mendalam hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R., Audretsch, D., & Sarker, M.B. (2007). 'The process of creative construction: Knowledge spillovers, entrepreneurship and economic growth.' *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3-4), 263-286.
- Alma, Buchari. 2003, *Kewirausahaan*: Alfabeta: Bandung
- Audretsch, D., Boente, W., & Keilbach, M. (2008). 'Entrepreneurship capital and its impact on knowledge diffusion and economic performance'. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 687-698.'
- Bandura, A., 1977. *Social Learning Theory*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall
- Barakat , shima et. al (2014) " Measuring entrepreneurial self-efficacy to understand the impact of creative activities for learning innovation" *The International Journal of Management Education* 12 (2014) 456-468
- Baron, et al (2008) When Does Entrepreneurial Self-Efficacy Enhance Versus Reduce Firm Performance? *Strategic Entrepreneurship Journal* DOI: 10.1002/sej.42
- Basrowi.(2009). *Kewirausahaan, untuk perguruan tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Bechard, J. & Gregoire, D. (2005). Entrepreneurship education research revisited: The case of higher education. *Academy of Management Learning and Education*, 4(1), 22-43.
- Becker, G. S. (1964). *Human Capital*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Betz, N. & Hackett, G. (1981). The relationship of career-related self-efficacy expectations to perceived career options in college men and women. *Journal of Counseling Psychology*, 28, 399-410
- Bourdieu, P. And Wacquant, L. 1992. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicango. University of Chicago Press
- Carolis, Donna (2006) "Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework" 1042-25872006 by Baylor University
- Cherian, J. and Jacob, J., (2013) Impact of self efficacy on motivation and performance of employees. *International Journal of Business and Management*, 8 (14) 1-15
- Crumpton , Michael A. (2012) "Leading Results Innovation And Entrepreneurship" *The Bottom Line: Managing library finances* Vol. 25 (3), 98-101
- Drucker, Peter.F. 1985. *Innovation and Etrepreneurship*. London: Heinemann. Edisi Indonesia. Gramedia: Jakarta
- Felício, J.A., Couto, E. and Caiado, J., (2012). Human capital and social capital in entrepreneurs and managers of small and medium enterprises. *Journal of Business Economics and Management*, 13(3), pp.395-420.
- Gaddam, Soumya., 2008. Identifying the Relayionship Between Behavioral Motives and Entrepreneurial Intentions: An Empirical Study Based Participations of Business Management Students. *The Icfaian Journal of Management Research*.7, 35-5.

Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen

Volume 4 Nomor 1, 2020

ISSN : 2614-2147

- Ha, Seong-Kyu. 2010. *Housing, Sosial Capital and Community development in Seoul*. Cities 27 (2010).
- Hasbullah, Jousairi. 2006. *Sosial Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. MR United Press: Jakarta
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2001). 'Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation'. *Strategic Management Journal*, 22(6), 479–492.
- Ireland, R Duane (2003) "A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions" *Journal of Management*, 29(6) 963–989
- Keeh, Hean Tat, Mai Nguyen & Ping. 2007. "The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs", *Journal of Business Venturing*, 592-611.
- Kuratko, D.F. (2007). Entrepreneurial leadership in the 21st century *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(4), 1–11.
- Larsen, P. & A. Lewis. 2007. "How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation", *Journal Creativity and Innovation Management*, page: 141-151.
- Leitch Claire M, et al (2012) "The Development of Entrepreneurial Leadership: The Role of Human, Social and Institutional Capital" *British Journal of Management*
- Nahapit, J. Dan Ghoshal, S. (1998) Sosial Capital, intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23 (2).
- Noer (2014) "*Entrepreneurial Leader – Sosok Pemimpin Bisnis, Sosial, Dan Pemerintahan Dari Perspektif Barat, Jawa/Sunda, Dan Islam*" Ismic – *International Seminar On Malay Islamic Civilization*
- Payne, G.T., Moore, C.B., Griffis, S.E., & Autry, C.W. (2011). Multilevel challenges and opportunities in social capital research. *Journal of Management*, 37(2), 491–520.
- Putnam, R.D. 1993. The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *American Prospect*, 13, Spring, 35- 42. In Elinor Ostrom and T.K. Ahn. 2003. *Foundation of Social Capital*.
- Renko, Maija et al (2015) "Understanding and Measuring Entrepreneurial Leadership Style" *Journal of Small Business Management* 53(1) 54–74
- Shane, S., Venkataraman, S., (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review* 25(1):217-226.
- Sunarya Abas P.O, Sudayrono & Asep Saefullah (2011). *Kewirausahaan*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Surie, Giya (2007) "Integrating Pragmatism and Ethics in Entrepreneurial Leadership for Sustainable Value Creation" *Journal of Business Ethics*, 81:235–246

Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen

Volume 4 Nomor 1, 2020

ISSN : 2614-2147

Wagner, Marcus, et al (2010) “Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions” *Business Strategy and the Environment Bus. Strat.Env.*20, 222–237

Wicaksono, Gumilang (2012) “Meningkatkan Kinerja Umkm Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar” *Jurnal Sosio Humaniora* (3)4,

Wilson, Fiona et al (2007) Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: *Implications for Entrepreneurship Education.* 1042-2587

Zhao, Fang.(2005) “Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation” *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* ,11(1)