

Perilaku Inovatif Wirausahawan Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi pada UMKM di Kota Pontianak)

Sulistiowati^a, Nurul Komari^a

^aUniversitas Tanjungpura, Pontianak

*Email : sulistiowati@ekonomi.untan.ac.id

Abstrak

Untuk dapat mempertahankan bisnisnya, pelaku UMKM berupaya menciptakan berbagai inovasi. Hal ini harus didukung oleh perilaku inovatif wirausahawan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku inovatif wirausahawan di Kota Pontianak dalam menghadapi pandemi Covid 19. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 100 orang wirausahawan. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ketiga indikator perilaku inovatif wirausahawan di kota Pontianak berada dalam kategori baik.

Kata Kunci: Inovatif; UMKM; Wirausahawan

PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 telah berdampak pada perubahan tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi bagi sebagian besar negara di dunia. Banyaknya masyarakat yang terpapar virus Covid 19 dan adanya pembatasan kegiatan masyarakat guna mencegah meluasnya virus tersebut telah mengakibatkan banyaknya bisnis yang terhambat, bahkan gulung tikar.

Sektor Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena banyaknya pekerja yang terlibat langsung. Apalagi jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,19 juta, dengan komposisi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sangat dominan yakni 64,13 juta (99,92%) dari keseluruhan sektor usaha. UMKM merupakan sektor usaha yang paling cepat merasakan imbas negatif dari pandemi Covid 19 ini. Daya beli masyarakat yang menurun karena pembatasan aktivitas sosial menjadi penyebab utama menurunnya UMKM. Modal yang relatif tidak besar membuat UMKM sulit untuk bertahan ketika usahanya sepi pelanggan (Bahtiar, 2021).

Penurunan kinerja UMKM akan berdampak besar pada perekonomian nasional, mengingat banyak sumber daya manusia yang terlibat sebagai pengusaha maupun pekerja. Oleh karena itu pelaku UMKM berupaya keras mempertahankan usahanya. Mempertahankan usaha di masa pandemi Covid 19 memerlukan inovasi untuk dapat menyesuaikan dengan kondisi yang berlaku. Untuk mengembangkan inovasi diperlukan perilaku inovatif wirausahawan itu sendiri (Agustina, 2020).

Tercatat sebanyak 30.506 UMKM yang ada di Kota Pontianak, yang berusaha di berbagai sektor. Psra pelaku UMKM tersebut tentunya sangat terdampak oleh pandemi covid 19. Apalagi beberapa waktu yang lalu kota Pontianak dihadapkan

dengan gelombang covid 19 yang tinggi dan masuk dalam kategori Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) level 4, yang artinya kegiatan masyarakat sangat dibatasi, yang tentu saja berdampak pada UMKM.

Untuk dapat mempertahankan bisnisnya, pelaku UMKM di Kota Pontianak berupaya menciptakan berbagai inovasi, misalnya mempermudah pelayanan daring bagi konsumen, menciptakan produk-produk yang dibutuhkan di masa pandemi, melakukan pemasaran daring, serta berbagai inovasi lain yang sesuai dengan situasi saat ini. Perilaku inovatif sangat diperlukan dalam mengembangkan inovasi, antara lain berupaya mencari informasi untuk menciptakan sesuatu yang baru dalam bisnisnya, menginformasikan ide-ide bisnis kepada *co-owner* dan karyawan yang terlibat, serta berupaya supaya ide-ide yang ditemukan dapat diaplikasikan.

KAJIAN LITERATUR

Perilaku inovatif didefinisikan sebagai keseluruhan tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan pada seluruh tingkat organisasi. Sesuatu yang baru dan menguntungkan meliputi pengembangan ide produk baru atau teknologi-teknologi, perubahan dalam prosedur administratif yang bertujuan untuk meningkatkan relasi kerja atau penerapan dari ide-ide baru atau teknologi-teknologi untuk proses kerja yang secara signifikan meningkatkan efisiensi dan efektivitas mereka (Kleysen & Street, 2001). Menurut (Jong & Hartog, 2007). Perilaku inovatif dapat didefinisikan sebagai semua tindakan individu yang diarahkan pada generasi, pengenalan dan penerapan baru yang bermanfaat pada setiap tingkat organisasi. Sedangkan menurut Scott & Bruce, (1994) perilaku inovatif yaitu sebagai intensi untuk memunculkan, meningkatkan dan menerapkan ide-ide baru dalam tugasnya, kelompok kerjanya atau organisasinya.

Menurut Jong & Hartog, (2007) perilaku inovatif dalam melakukan proses inovasi dapat dibagi menjadi 4 tahap. Tahap pertama adalah melihat peluang. Melihat peluang bagi sumber daya manusia untuk mengidentifikasi berbagai peluang/kesempatan yang ada. Peluang dapat berawal dari ketidak kongruenan dan diskontinuitas yang terjadi karena adanya ketidaksesuaian dengan pola yang diharapkan misalnya timbulnya masalah pada pola kerja yang sudah berlangsung, adanya kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, atau adanya indikasi trends yang sedang berubah. Tahap kedua adalah mengeluarkan ide. Dalam fase ini, karyawan mengeluarkan konsep baru dengan tujuan untuk perbaikan. Hal ini meliputi mengeluarkan ide sesuatu yang baru atau memperbaharui pelayanan, pertemuan dengan klien dan teknologi pendukung. Kunci dalam mengeluarkan ide adalah mengombinasikan dan mereorganisasikan informasi dan konsep yang telah ada sebelumnya untuk memecahkan masalah dan atau meningkatkan kinerja. Tahap ketiga adalah memperjuangkan. Maksudnya disini untuk mengembangkan dan mengimplementasikan ide, karyawan harus memiliki perilaku yang mengacu pada hasil. Perilaku Inovasi Konvergen meliputi usaha menjadi juara dan bekerja keras. Seorang yang berperilaku juara mengeluarkan seluruh usahanya pada ide kreatif.

Usaha menjadi juara meliputi membujuk dan mempengaruhi karyawan dan juga menekan dan bernegosiasi. Untuk mengimplementasikan inovasi sering dibutuhkan koalisi, mendapatkan kekuatan dengan menjual ide kepada rekan yang berpotensi. Tahap keempat adalah aplikasi. Dalam fase ini meliputi perilaku karyawan yang ditujukan untuk membangun, menguji dan memasarkan pelayanan baru. Hal ini berkaitan dengan membuat inovasi dalam bentuk proses kerja yang baru ataupun dalam proses rutin yang biasa dilakukan.

Janssen (2000) menambahkan bahwa perilaku inovatif ini merupakan perilaku kompleks yang terdiri dari tiga tahap, yaitu *idea generation*, *idea promotion*, *idea realization*. Tahap pertama, yaitu *Idea Generation*, dimana Inovasi individu dimulai dengan adanya kesadaran dari individu untuk melihat dan mengenali akan adanya peluang baru dari suatu permasalahan yang muncul (Kanter, dalam Janssen 2000). Janssen (2000) menambahkan bahwa persepsi mengenai permasalahan dalam pekerjaan, merasakan adanya keganjilan, atau munculnya tren merupakan pencetus atau dorongan dalam menghasilkan ide-ide baru. Kemudian dari peluang tersebut, individu akan mulai untuk memproduksi atau membuat suatu ide baru yang bermanfaat dalam berbagai domain pekerjaan. Tahap kedua adalah *Idea Promotion*. Dalam tahapan ini, individu mencari dukungan untuk ide yang ia bawa serta berusaha untuk membangun sebuah koalisi untuk mendukung ide inovasi tersebut. Ketika individu telah menghasilkan suatu gagasan, ia harus terlibat dalam aktivitas sosial untuk memperoleh rekan, penyokong dan pendukung ide di sekitarnya (Janssen, 2000). Kanter (1988) juga menjelaskan bahwa individu harus dapat membangun kekuasaan (*power*) dengan mengajukan gagasan inovasi kepada aliansi yang berpotensi. Hal ini penting dilakukan karena sebagian besar gagasan bersifat tidak pasti, bisa saja memerlukan biaya lebih untuk mengembangkan dan mengimplementasikan inovasi serta memunculkan reaksi penolakan terhadap perubahan. Selain itu, keberhasilan dari suatu inovasi sangat bergantung pada jumlah dan jenis dari kekuatan orang-orang yang mendukung ide-ide tersebut. Sebaliknya, kegagalan dari inovasi biasanya disebabkan oleh dukungan yang tidak pasti dan sumber daya yang tidak memadai selama tahapan awal pembangunan ide. Janssen (2000). Tahap ketiga adalah *Idea Realization*. Pada tahap ini individu melengkapi idenya dengan membuat suatu produk atau *prototype* atau model dari ide inovasi tersebut yang dapat dialami langsung dan diterapkan dalam suatu pekerjaan, kelompok kerja, ataupun organisasi secara keseluruhan, sehingga nantinya ide tersebut dapat disebarkan, diproduksi secara massal, ataupun digunakan secara produktif Janssen (2000). Proses inovasi ini melibatkan kerja sama kelompok untuk menyelesaikan ide tersebut dengan mengubahnya menjadi objek konkret dan nyata (secara fisik atau intelektual) yang dapat di transfer kepada orang lain. Inovasi yang sederhana umumnya dapat diimplementasikan oleh individu atau karyawan itu sendiri, sedangkan inovasi yang lebih kompleks biasanya memerlukan kerjasama kelompok yang memiliki anggota dengan berbagai variasi pengetahuan, kompetensi dan peran kerja (Janssen, 2000).

George & Zhou, (2001) menyatakan tentang karakter dari individu yang memiliki perilaku inovatif adalah: 1) Mencari tahu teknologi baru, proses, teknik dan ide-ide baru, 2) Menghasilkan ide-ide kreatif, 3) Memajukan dan memperjuangkan ide-ide ke orang lain, 4) Meneliti dan menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan ide- ide baru, 5) Mengembangkan rencana dan jadwal yang matang untuk mewujudkan ide baru tersebut, dan 6) Kreatif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah statistik deskriptif, yaitu memaparkan jawaban responden terhadap kuesioner yang telah diberikan. Kuesioner mengacu pada penciptaan ide, promosi ide dan realisasi ide (Janssen, 2004). Item-item pertanyaan dikembangkan dari Skala Scott dan Bruce (1994) untuk perilaku inovatif individu di tempat kerja yang disesuaikan dengan kondisi wirausahawan di masa pandemi.

Pertanyaan yang diberikan adalah: *idea generation*: menciptakan ide baru dalam bisnisnya untuk menghadapi pandemi Covid 19; mencari metode, teknik atau instrumen kerja baru untuk mengaplikasikan ide baru tersebut; memberikan solusi untuk masalah bisnis yang dihadapi disebabkan pandemi Covid 19. *Idea Promotion*: meminta dukungan untuk ide-ide inovatif kepada *co-owner* dan karyawan; memperoleh persetujuan untuk ide-ide inovatif; membuat anggota organisasi penting antusias untuk ide-ide inovatif yang disampaikan. *Idea realization*: mengubah ide-ide inovatif menjadi aplikasi yang berguna; memperkenalkan ide-ide inovatif ke dalam lingkungan kerja secara sistematis; dan mengevaluasi kegunaan ide-ide inovatif. Kuesioner diberikan kepada 100 orang pelaku UMKM di Kota Pontianak, Propinsi Kalimantan Barat.

Rentang pengklasifikasian untuk menganalisa jawaban reponden dipaparkan dalam tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Pengklasifikasian Perilaku Inovatif

Variabel	Jumlah Skor		Jumlah Klasifikasi	Rentang Pengklasifikasian
	Tertinggi	Terendah		
Perilaku Inovatif	500	100	5	Sangat tidak baik (100–180) Tidak baik (181–260) Kurang baik (261–340) Baik (341–420) Sangat Baik (421–500)

Sumber: data olahan, 2021

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui kevalidan item pertanyaan yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian, maka digunakan uji validitas. Adapun hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Standar	Keterangan
Perilaku Inovatif	Pertanyaan 1	0,7457	0,3610	Valid
	Pertanyaan 2	0,7092	0,3610	Valid
	Pertanyaan 3	0,6735	0,3610	Valid
	Pertanyaan 4	0,6923	0,3610	Valid
	Pertanyaan 5	0,6349	0,3610	Valid
	Pertanyaan 6	0,6332	0,3610	Valid
	Pertanyaan 7	0,8204	0,3610	Valid
	Pertanyaan 8	0,6243	0,3610	Valid
	Pertanyaan 9	0,6312	0,3610	Valid

Sumber: data olahan, 2021

Reliabilitas diukur dari koefisien korelasi antara percobaan pertama dan kedua. Bila koefisien *Alpha Cronbach's* > 0,6 maka *instrument* tersebut dikatakan *reliable* (Ghozali, 2013). Dari pengujian yang dilakukan dengan SPSS, diperoleh hasil pengujian *reliabilitas* untuk pertanyaan kuesioner Perilaku Inovatif diperoleh hasil *alpha cronbach's* 0,816, yang artinya kuesioner tersebut *reliable*.

Tanggapan responden mengenai perilaku inovatif disampaikan pada tabel 3.

Tabel 3. Perilaku Inovatif Wirausahawan

Indikator	No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah X	Jumlah F	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS			
<i>Idea Generation</i>	1	Saya menciptakan ide baru dalam bisnis untuk menghadapi pandemi Covid 19	30	66	2	2	0	424	100	Sangat Baik
	2	Saya mencari metode, teknik atau instrumen kerja baru untuk mengaplikasikan ide baru tersebut	20	69	5	6	0	403	100	Baik
	3	Saya memberikan solusi untuk masalah bisnis yang	29	64	3	4	0	418	100	Baik

Indikator	No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah X	Jumlah F	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS			
		dihadapi disebabkan pandemi Covid 19								
	Rata-rata							415		Baik
<i>Idea Promotion</i>	4	Saya meminta dukungan untuk ide-ide inovatif kepada <i>co-owner</i> dan karyawan saya.	22	71	4	3	0	412	100	Baik
	5	Saya memperoleh persetujuan dari <i>co-owner</i> dan karyawan untuk ide-ide yang saya ciptakan.	22	70	5	3	0	411	100	Baik
	6	Saya membuat karyawan dan investor antusias untuk ide-ide inovatif yang saya sampaikan.	25	68	4	3	0	415	100	Baik
	Rata-Rata							412,67		Baik
<i>Idea Realization</i>	7	Saya mengubah ide-ide inovatif menjadi aplikasi dalam bisnis saya.	31	65	2	2	0	425	100	Sangat Baik
	8	Saya memperkenalkan ide-ide inovatif kepada konsumen/klien saya secara sistematis	25	70	3	2	0	418	100	Baik

Indikator	No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah X	Jumlah F	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS			
	9	Saya selalu mengevaluasi keberhasilan ide inovatif yang telah diaplikasikan dalam bisnis saya.	26	68	4	2	0	418	100	Baik
Rata-rata							420,33		Baik	

Sumber: data olahan, 2021

Dari jawaban responden dapat diketahui pernyataan yang memperoleh bobot tertinggi adalah item ke 7 (tujuh) yaitu “Saya mengubah ide-ide inovatif menjadi aplikasi dalam bisnis saya”. Wirausahawan merasa bahwa yang terpenting dalam proses inovasi bisnis adalah mengaplikasikan ide-ide menjadi nyata, menjadi aktivitas bisnis yang dapat dijalankan oleh perusahaan. Pernyataan yang memperoleh bobot terendah adalah item ke 2 (dua), yaitu “Saya mencari metode, teknik atau instrumen kerja baru untuk mengaplikasikan ide baru tersebut”. Wirausahawan menganggap bahwa jika inovasi sudah disampaikan kepada tim kerja, metode, teknik dan instrumen kerja baru otomatis akan tercipta untuk mendukung aplikasi ide tersebut. Indikator *idea generation*, *idea promotion*, dan *idea realization* masing-masing berada dalam kriteria baik.

Wirausahawan terus berupaya menciptakan inovasi dalam rangka mempertahankan bisnisnya di masa pandemi Covid 19. Untuk menciptakan inovasi tentu saja perilaku inovatif sangat diperlukan. Pada fase *idea generation*, wirausahawan berupaya menciptakan ide-ide baru bagi bisnisnya. Ide baru bisa ditemukan dengan melihat peluang yang ada. Peluang muncul dari berbagai sebab, misalnya adanya masalah pada pola kerja yang sudah berlangsung, adanya kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi atau adanya indikasi trend yang sedang berubah (Jong & Hartog, 2007). *idea generation* wirausahawan mengeluarkan konsep baru dengan tujuan menambah unsur pendukung ide tersebut. Hal ini meliputi mengeluarkan ide sesuatu yang baru atau memperbaharui pelayanan, pertemuan dengan klien dan teknologi pendukung. Kunci dalam mengeluarkan ide adalah mengkombinasikan dan mengorganisasikan informasi dan konsep yang telah ada sebelumnya untuk memecahkan masalah atau meningkatkan kinerja (Jong & Hartog, 2007). dalam fase ini wirausahawan membutuhkan dukungan berbagai pihak, terutama investor dan karyawan. Keputusan investor juga menentukan apakah ide tersebut akan diaplikasikan. Demikian pula dukungan karyawan sangat penting karena karyawan sebagai pihak yang mengaplikasikannya. Pada fase *idea realization*, wirausahawan mengimplementasikan ide-ide inovatif melalui aplikasi bisnis mereka. Pada tahap ini inovasi diperkenalkan kepada konsumen dengan berbagai teknik promosi. Selain itu aplikasi bisnis yang sudah dikonsumsi harus terus

dievaluasi untuk menilai keberhasilannya dan menemukan kekurangan-kekurangan yang mungkin saja menjadi sumber inovasi lainnya.

KESIMPULAN

Perilaku inovatif sangat diperlukan untuk mempertahankan bisnis di masa pandemi Covid 19. Perilaku inovatif merupakan perilaku kompleks yang terdiri dari tiga tahap, yaitu *idea generation*, *idea promotion*, *idea realization*. Ketiga indikator perilaku inovatif wirausahawan di kota Pontianak berada dalam kategori baik, yang artinya wirausahawan sudah berupaya menumbuhkan perilaku inovatif dalam menjalankan usahanya. Inovasi yang mereka lakukan cukup dapat mempertahankan bisnis yang ada.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain lingkup penelitian yang relatif sempit, hanya di dalam kota Pontianak. Selain itu penelitian yang dilakukan saat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) menyebabkan terbatasnya wawancara yang dapat dilakukan kepada subjek penelitian sehingga tidak dapat menggali lebih dalam faktor-faktor terkait perilaku inovatif wirausahawan. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali variabel-variabel yang memengaruhi perilaku inovatif wirausahawan dan meneliti variabel-variabel yang dapat dipengaruhi oleh perilaku inovatif tersebut.

REFERENSI

- Agustina, T.S., (2020). Pengaruh Perilaku Inovatif pada Keberhasilan Womenpreneur Etnis Madura sebagai Pedagang Pakaian Jadi. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 03(02): 153-161.
- Bahtiar, R. A, (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Serta Solusinya. *Info Singkat*. Vol. XIII, No.10/II/Puslit/Mei/2021 (hal 19-24)
- George, J. M., & Zhou, J. (2001). When Openness to Experience and Conscientiousness Are Related to Creative Behavior : An Interactional Approach. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 513–524. <https://doi.org/10.1037//0021-9010.86.3.513>
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Janssen, O. (2000) Job Demands, Perceptions of Effort-Reward Fairness, and Innovative Work Behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 287-302. <http://dx.doi.org/10.1348/096317900167038>
- Janssen, O. (2004). How fairness perceptions make innovative behavior more or less stressful. *Journal of Organizational Behavior*, 215, 201–215.
- Jong, J. P. J. d, & Hartog, D. N. D. (2007). How Leaders Influence Employees' Innovative Behaviour. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41–64. <https://doi.org/10.1108/14601060710720546>
- Kanter, R. M. (1988). When a thousand flowers bloom: Social, structural and collective conditions for innovation in organizations. In B. Staw & L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior* (Vol. 10). Greenwich, CT: JAI.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284–296.

Scott, S. and Bruce, R. (1994) Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *The Academy of Management Journal*, 37, 580-607. <http://dx.doi.org/10.2307/256701>