

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia merupakan wujud optimisme serta luapan aspirasi untuk mendukung mewujudkan visi Indonesia yaitu menjadi negara yang maju. Di dalamnya terdapat pemikiran, cita-cita, imajinasi, dan mimpi untuk menjadi masyarakat dengan kualitas hidup yang tinggi, sejahtera, dan kreatif. Ekonomi kreatif menjadikan sumber daya manusia (SDM) sebagai modal utama dalam sebuah pengembangan yang berawal dari gagasan, ide dan pemikiran. Kedepannya, diharapkan SDM ini mampu menjadikan sumber daya yang bernilai rendah menjadi sumber daya yang bernilai tinggi. Profesi yang mengharuskan seseorang untuk memiliki daya kreativitas tinggi adalah wirausahawan, maka pengembangan ekonomi kreatif ini secara tidak langsung mengarahkan dan mencoba untuk menciptakan *entrepreneur* yang handal dalam berbagai bidang. Daya kreatifitas harus dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan yang sudah ada. Allah SWT menciptakan langit dan bumi dengan tidak sia-sia agar manusia dapat memanfaatkan segala potensi yang ada di muka bumi ini dengan kreatififitas yang dimiliki oleh manusia, sebagaimana firman Allah SWT dalam surah As-Sad ayat 27, Artinya : “*Dan Kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada antara keduanya dengan sia-sia.....*”

Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sector termasuk industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnansi bahkan sampai terhenti aktifitasnya pada tahun 1998. Namun, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Kegiatan UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan PDB. UMKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. Berbagai upaya pengembangan UMKM telah dilakukan, salah satunya dengan membangkitkan dan memperbanyak orang atau pengusaha baru di bidang UMKM, sehingga masyarakat desapun diberi keterampilan dengan harapan keterampilan tersebut menjadi sebuah usaha kreatif yang member manfaat bagi perekonomian keluarga dan masyarakat desa. Selain itu, usaha kreatif tersebut juga dapat membukan kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat (Wahyudi, 2012).

Usaha mikro dan kecil tumbuh subur di Indonesia, ketika krisis moneter meluas menjadi krisis multidimensi yang menimpa Indonesia sejak tahun 1997. Krisis ini ternyata memotivasi pertumbuhan sektor usaha kecil yang semakin hari semakin menyerap tenaga kerja dan semakin memperkuat inovasi-inovasi pengembangan usaha kecil. Hal tersebut dapat dilihat melalui perkembangan UMKM sepanjang tahun 2011 terbukti mampu berkontribusi dalam pembentukan PDB sebesar 57,60%. Perinciannya sebagai berikut, sebanyak 32,02% oleh usaha mikro, sejumlah 10,99% oleh usaha kecil, dan sejumlah 14,59% oleh usaha menengah. Nilai rata-rata pembentukan PDB oleh UMKM Rp 24,8 juta per unit usaha. UMKM mampu merekrut tenaga kerja baru sebanyak 2,32 juta orang, atau setara dengan 97,8% dari lapangan kerja baru yang diciptakan UMKM dan usaha besar di tahun 2011. Penyerapan tenaga kerja baru banyak dilakukan oleh usaha mikro, jumlahnya 1,94 juta orang, termasuk mempekerjakan dirinya sendiri. usaha kecil mampu menyerap tenaga kerja baru sebanyak 292.000 orang. (UMKM membangun ekonomi, 2013)

Keberadaan industri kreatif di Indonesia seharusnya sudah lama harus dikembangkan namun selama ini tidak semua pihak mampu melihat secara utuh tentang industri kreatif padahal Indonesia mempunyai banyak potensi industry kreatif yang mampu dikembangkan. *Fashion* nyatanya bukan hanya mengenai industri pakaian sebagai kebutuhan dasar manusia. Lebih luas dari itu, *fashion* mampu menggambarkan gaya hidup dalam berpenampilan, juga pencerminan identitas diri atau kelompok. Pentingnya peran *fashion* dibuktikan melalui kontribusinya yang besar terhadap nilai tambah perekonomian. Melalui besarnya sumbangsih terhadap pendapatan nasional serta nilai ekspor, Subsektor *fashion* menjadi salah satu subsektor yang diunggulkan dalam ekonomi kreatif. *Fashion* yang berkelanjutan (*sustainable fashion*) dan pengembangan *fashion* muslim merupakan beberapa isu penting harus diperhatikan dalam rangka mengembangkan subsektor *fashion*.

Tabel 1.1. Data Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif *Fashion*

18,01% Kontribusi PDB Sub-sektor Fesyen 2016 (tertinggi ke-2)	Persentase TK Berdasarkan Gender 2016 Laki-Laki — 45,75% Perempuan — 54,25%	77,56% Pengusaha Sub-Sektor Fesyen memulai usaha pada tahun 1990-2014
4,05% Laju pertumbuhan PDB Sub-Sektor Fesyen 2016 (+2,78 Vs. 2015)	4.130.000 orang Jumlah Tenaga Kerja di Sub-Sektor Fesyen 2016 (+3,05% Vs. 2015)	Persentase Penerapan E-Commerce Dalam Usaha Sub-Sektor Fesyen 2016 57,10% / 42,90% Memfaatkan E-Commerce dalam Usaha / Tidak Memanfaatkan E-Commerce dalam Usaha
Rp 166,1 T Nilai PDB yang Dihasilkan Oleh Sub-Sektor Fesyen 2016 (peringkat 2)	24,42% Serapan TK di Sub-Sektor Fesyen Terhadap Keseluruhan TK Ekraf 2016 (peringkat 2)	94,41% Persentase Pengusaha di Sub-sektor Fesyen yang Tidak Berbadan Usaha
US\$ 10,9 Jt Nilai Ekspor Sub-sektor Fesyen 2016 (terbesar ke-1)	1.230.988 Jumlah Usaha Yang Bergerak Di Sub-Sektor Fesyen 2016 (terbanyak ke-2)	865 Jumlah Pengusaha di Sub-sektor Fesyen dengan Pendapatan <Rp 50 M / tahun (tertinggi ke-3)
54,54% Kontribusi Sub-sektor Fesyen Terhadap Total Nilai Ekspor Ekraf 2016	15,00% Persentase Jumlah Usaha Di Sub-Sektor Fesyen Vs. Keseluruhan Jumlah Usaha di Sektor Ekraf 2016 (peringkat 2)	
Negara Tujuan Ekspor Teratas Sub-Sektor Fesyen Amerika Serikat (US\$ 4,72 M)		

Sumber: *Opus Creative Economy Outlook 2019*

Angka pertumbuhan ekonomi Jawa Timur yang cukup fantastis mencapai 7,22 persen di akhir 2012 didongkrak oleh sector UMKM. Bahkan dari PDRB Jatim yang mampu mencapai Rp 1.000 triliun, sebesar 54 persennya diperoleh dari 4,2 juta UMKM yang tumbuh dan berkembang di Jawa Timur (UMKM Tentukan Kesuksesan Gubernur dan Wagub Jawa Timur, 2013). Selain itu pada tahun 2011 terdapat 783.758 unit usaha, atau meningkat 5,53 persen dibanding tahun 2010. Dari jumlah tersebut, sebanyak 766.783 unit usaha atau 97,83 persen di antaranya merupakan industri kecil. Sementara itu jumlah industri menengah sebanyak 16.182 unit usaha (2,07 persen) dan industri besar 793 unit (0,10 persen) (IKM Berperan pada Perkembangan Ekonomi Jawa Timur, 2012).

UMKM di wilayah Jawa Timur bagian timur berpotensi untuk berkembang. Kabupaten Jember menjadi wilayah yang strategis didukung oleh adanya Perguruan Tinggi Negeri sebagai pusat pendidikan yang memicu penggerak perekonomian, disamping itu Kabupaten Jember juga ditetapkan sebagai daerah yang menjadi proyek percontohan UMKM berorientasi ekspor. Data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur menunjukkan Kabupaten Jember berkontribusi besar terhadap jumlah UMKM di Jawa Timur. Kabupaten Jember mempunyai total UMKM sebanyak 424.151. Angka tersebut jauh lebih banyak dibandingkan dengan Kabupaten lainnya. Menurut data milik Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember, tercatat per bulan Juli 2016 hanya sekitar 4.098 pelaku usaha yang telah mendaftarkan usahanya (Dinas Koperasi dan UMKM, 2016). Tercatat sekitar 1.190 pelaku usaha yang tergabung dalam sebuah komunitas di bawah binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember. Berdasarkan data dari salah satu anggota Asosiasi UMKM Jatim Pengda Jember binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember tercatat sekitar 213 pelaku usaha mikro bidang *fashion* (DisKop UMKM Kabupaten Jember, 2019).

Mode *fashion* merupakan awal dari perubahan gaya hidup pada satu periode dan juga pelopor dari perkembangan sejarah kehidupan, budaya manusia, dan kemajuan teknologi yang semakin cepat. Dengan demikian mode *fashion* dapat mengedepankan suatu hal yang baru dengan semangat besar secara terus menerus. Dalam perkembangan ekonomi kreatif, *fashion* diubah menjadi mode. Definisi mode tersebut kemudian dijabarkan 3 kata kunci yaitu gaya hidup, berpenampilan dan identitas diri atau kelompok. Industri *fashion* di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat, kondisi tersebut sejalan dengan semakin berkembangnya kesadaran masyarakat akan *fashion* yang sudah mengarah pada pemenuhan *life style* dalam berbusana, sehingga dapat dikatakan bahwa kebutuhan berbusana zaman sekarang tidak hanya menutupi tubuh, tetapi juga sarana berkomunikasi yang dapat memperlihatkan gaya hidup. (Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2015- 2019, (2014:64)).

Perkembangan industri *fashion* berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi saat ini sehingga memacu semangat seseorang untuk berwirausaha. Dengan berkembangnya industri *fashion* dari tahun ke tahun menjadikan banyak *entrepreneur* mengembangkan inovasinya sehingga dapat menciptakan lapangan kerja guna mengurangi pengangguran yang ada. Tidak bisa dipungkiri jika Kabupaten Jember sekarang ini menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi industri *fashion* yang berkembang. Bahkan tidak sedikit pelaku usaha yang

sekarang ini sengaja memilih bisnis *Factory Outlet* (FO), *Clothing Company* (CC), maupun distro (*distribution store*) untuk mendatangkan untung besar setiap bulannya. Di pusat kota sendiri, menjadi pusat usaha *fashion* di daerah tersebut, sedikitnya terdapat 20 tempat outlet *fashion* yang siap memanjakan para konsumen baik dari dalam kota maupun luar daerah.

Melihat perkembangan digital saat ini sangatlah signifikan, karena mampu menciptakan pola baru bagi kehidupan masyarakat, ketergantungan seseorang terhadap internet, sepertinya sudah menjadi gaya baru. Perubahan perilaku pasar dan penjual di era digital sekarang sangat perlu diketahui dan diikuti oleh UKM sehingga bisa mengenal target pasar dan memanfaatkan peluang yang sangat besar untuk meluaskan bisnis yang kamu tekuni. Alasannya pun sangatlah jelas, karena banyak sekali orang yang memainkan Media Sosial di dunia ini. Pengguna facebook di Indonesia saja sudah lebih dari 75 juta sedangkan Instagram sudah melebihi 30 Juta. Tentunya ini akan menjadi peluang yang besar untuk menjual barang maupun jasa yang kamu miliki. Dengan begitu banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, maka kita perlu memanfaatkannya. Memang kita sering mendengar perdebatan argumen mengenai kenapa kita harus terjun ke bisnis online. Bisnis online dan offline memiliki banyak perbedaan, khususnya dalam kegiatan pemasarannya. Bisnis online dinilai memiliki biaya lebih murah dalam pemasaran dan promosinya, jadi bisa dibilang modalnya lebih terjangkau dibanding dengan kegiatan offline yang butuh modal besar. Akan tetapi, ternyata yang membedakan bisnis offline dan online tidak hanya dibedakan dari pemasarannya saja, tetapi juga target konsumen pemasarannya. Menurut Valentine (2018) perbedaan target konsumen pemasaran online dan offline, terdiri dari beberapa hal seperti jangkauan, strategi pemasaran, pengenalan *brand*, *customer experience*. Hal ini menjadi penting diketahui oleh UMKM untuk menentukan strategi dan kebijakan.

Salah satu masalah nasional yang dihadapi oleh bangsa Indonesia saat ini adalah penanganan terhadap rendahnya kualitas sumber daya manusia. Jumlah sumber daya manusia yang besar apabila dapat didayagunakan secara efektif dan efisien akan bermanfaat untuk menunjang gerak lajunya pembangunan nasional yang berkelanjutan. Melimpahnya sumber daya manusia yang ada saat ini mengharuskan berfikir secara seksama yaitu bagaimana dapat memanfaatkan sumber daya manusia secara optimal, agar di masyarakat tersedia sumber daya manusia yang handal diperlukan pendidikan yang berkualitas, penyediaan berbagai fasilitas sosial, lapangan pekerjaan yang memadai. Kelemahan dalam penyediaan berbagai fasilitas tersebut akan menyebabkan keresahan sosial yang akan berdampak kepada keamanan masyarakat. Saat ini kemampuan sumber daya manusia masih rendah baik dilihat dari kemampuan intelektualnya maupun keterampilan teknis yang dimilikinya (Koesmono, 2005)

Pentingnya sumber daya manusia maka setiap perusahaan harus memperhatikan tingkat kemampuan kepemimpinan dan komunikasi yang baik kepada seluruh karyawannya sehingga tercipta iklim kekeluargaan yang baik yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja karyawan. Peran pimpinan yang dominan akan tampak jelas jika dikaitkan dengan budaya organisasi yang mengharuskan berinteraksi dengan lingkungan yang selalu berubah dan

berkembang, antara lain kemajuan pesat yang terjadi di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, dengan demikian unsur pimpinan yang diharapkan mempunyai kelebihan dibandingkan dengan para tenaga pelaksana untuk menjawab tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul. Pimpinan yang dianggap mampu melihat situasi dan kondisi perkembangan bagi kehidupan organisasi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah kepemimpinan. Pemimpin dengan gaya kepemimpinannya menentukan strategi organisasi baik jangka panjang maupun jangka pendek. Kepemimpinan merupakan kemampuan untuk mempengaruhi kelompok menuju pencapaian sasaran. Kepemimpinan dapat didefinisikan sebagai pola tingkah laku yang dirancang untuk mengintegrasikan tujuan organisasi dengan tujuan individu untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Robbin, 2014). Kepemimpinan dalam bisnis sangat diperlukan karena berpengaruh dalam perkembangan bisnis yang dilakukan. Bahkan ada yang mengatakan bahwasanya *leadership* atau kepemimpinan merupakan sebuah karakter utama yang diperlukan dalam bisnis. Hal ini tidak lain karena peran kepemimpinan berpengaruh terhadap jalannya bisnis dan juga kinerja karyawan. Tidak setiap orang memiliki *leadership* yang baik. Namun ada pula orang yang sejak masih kecil sudah terlihat jiwa kepemimpinannya. Akhirnya seiring perkembangannya ia pun terbiasa mengatur dan membuat keputusan yang berpengaruh pada sekitarnya. Hal ini sangat memiliki peran penting dalam dunia bisnis. Dunia bisnis tidak selamanya berjalan mulus, adakalanya bertemu masalah yang harus diselesaikan dengan berbagai risiko dan peran penting seorang pemimpin akan membawa pengaruh.

Jiwa kepemimpinan berperan menyelesaikan masalah, tidak sedikit permasalahan yang harus dihadapi oleh suatu organisasi atau perusahaan bisnis. Peran penting seorang pemimpin perusahaan diperlukan untuk menyelesaikannya, tidak sekedar hadirnya seorang pemimpin namun yang benar-benar memahami bagaimana menyelesaikan permasalahan tersebut. Selain itu juga tetap mampu mendorong para bawahan atau anak buah untuk tetap bersemangat dalam menyelesaikan pekerjaan. Jiwa kepemimpinan memang tidak selalu harus dimiliki pemimpin perusahaan tersebut. Namun setiap orang yang memperoleh tanggung jawab membawahi orang lain maka perlu meningkatkan kemampuan *leadership* nya. Hal ini diperlukan untuk mengelola bagaimana kerjasama antar anak buah atau rekan kerja. Selain itu juga harus menemukan formula yang tepat untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dan hal tersebut bisa dipahami dan dilakukan oleh anak buah dengan baik.

Budaya perusahaan/organisasi pun sangat berperan penting dalam menciptakan kelancaran dalam segala aspek yang berjalan di perusahaan. Budaya organisasi merupakan pondasi yang berisi norma-norma, nilai-nilai, cara kerja karyawan dan kebiasaan yang bermuara pada kualitas kinerja organisasi. Apalagi, di jaman penuh persaingan ini, perusahaan diharuskan untuk memiliki kinerja yang sangat baik agar tak kalah dengan perkembangan zaman. Cara yang paling efektif untuk bisa menyesuaikan dengan perkembangan zaman adalah membangun budaya organisasi yang unggul, dengan budaya organisasi yang unggul dan tepat, perusahaan akan memiliki modal yang cukup untuk bersaing di era yang tak pasti ini. Dalam menciptakan budaya organisasi, pemimpin perlu

hati-hati. Budaya organisasi haruslah sesuai dengan visi misi. Ini berguna agar visi misi yang ditetapkan dan diharapkan bersama dapat berjalan dengan baik. Budaya organisasi merupakan cerminan dari perilaku petinggi di sebuah organisasi. Banyak karyawan yang belum paham betul tentang arti budaya organisasi secara benar. Yang banyak terlintas dipikiran para karyawan, budaya organisasi adalah sebuah sikap atau perilaku yang ditunjukkan oleh para pimpinan di tempat mereka bekerja. Tak hanya itu saja, budaya organisasi juga merupakan identitas sebuah organisasi. Dengan identitas yang kuat, sebuah organisasi tidak akan terpengaruh oleh budaya dari luar, bahkan budaya organisasi sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Budaya organisasi yang baik mampu membuat karyawan bekerja secara maksimal tanpa merasa tertekan dan dipaksa. Organisasi harus menanamkan budaya kerja yang mendukung sebagai terciptanya kreatifitas dan inovasi baru. Salah satu cara adalah dengan memberdayakan sumber daya manusia agar selalu bersikap kritis dan menindaklanjuti sifat kritisnya dengan tindakan yang nyata untuk secepatnya menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, kemudian sikap tersebut diberikan kesempatan untuk melakukan proses aktualisasi diri.

Aspek pendidikan dan keterampilan juga tidak kalah penting berfungsi untuk membantu industri kreatif bidang *fashion* dalam mempelajari dan mendapatkan apa yang mereka perlukan dalam persiapan, kelanjutan, dan pembaharuan tenaga kerja terlatihnya. Pada saat yang bersamaan, memberikan kesempatan kepada penyedia pendidikan dan pelatihan untuk lebih mengetahui dan merespon kebutuhan industri kreatif bidang *fashion*.

Berdasarkan permasalahan umum yang dihadapi oleh pelaku usaha yaitu masalah faktor internal dan eksternal seperti budaya organisasi yang tumbuh saat ini, serta sumber daya manusia yang terbatas khususnya gaya kepemimpinan dalam bertindak inovatif, berfikir kreatif, bersedia untuk terus belajar dari pengalaman yang lalu dan membaca peluang yang akan muncul dikemudian hari. Selain itu peneliti juga merujuk pada salah satu usaha mikro yang bergerak dalam bidang pembuatan batik tulis yang berasal dari Kota Jember sejak tahun 2018, berawal dari ketertarikan pemilik terhadap batik tulis dan berkeinginan untuk memproduksi sendiri dan belajar secara mandiri untuk membuat batik tulis, sehingga peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh gaya kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kinerja dengan organisasi pembelajaran sebagai variabel intervening pada usaha mikro bidang *fashion* di Kabupaten Jember”.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam mewujudkan ekonomi kreatif di bidang *fashion*, pentingnya untuk memberikan pandangan kepada masyarakat dan berfikir untuk bagaimana pengembangan ekonomi kreatif pada bidang *fashion* menjadikan wahana menarik dan menjanjikan dalam perekonomian masyarakat setempat. Dari latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, masalah yang timbul dalam pengembangan ekonomi kreatif pada bidang *fashion* di Kabupaten Jember dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Kurang adanya jiwa kepemimpinan yang mengakibatkan peranan sumber daya (tenaga kerja) tidak dapat diarahkan secara efektif dan efisien.
- b. Lemahnya budaya organisasi usaha mikro dalam membangun suasana kerja yang sesuai guna meningkatkan kinerja.
- c. Rendahnya organisasi pembelajaran usaha mikro dalam menciptakan dan meningkatkan kinerja.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh gaya kepemimpinan terhadap organisasi pembelajaran pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember?
- b. Apakah terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap organisasi pembelajaran pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember?
- c. Apakah gaya kepemimpinan dan budaya organisasi secara bersama-sama dapat mempengaruhi organisasi pembelajaran pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember?
- d. Apakah terdapat pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember?
- e. Apakah terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember?
- f. Apakah gaya kepemimpinan dan budaya organisasi secara bersama-sama dapat mempengaruhi kinerja pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember?
- g. Apakah terdapat pengaruh organisasi pembelajaran terhadap kinerja pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember?
- h. Apakah gaya kepemimpinan dan budaya organisasi secara bersama-sama melalui organisasi pembelajaran dapat mempengaruhi kinerja pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan diadakannya pengembangan ekonomi kreatif usaha mikro bidang *fashion* di Kabupaten Jember yaitu:

- a. Menganalisis pengaruh gaya kepemimpinan terhadap organisasi pembelajaran pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember.
- b. Menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap organisasi pembelajaran pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember.
- c. Menganalisis gaya kepemimpinan dan budaya organisasi secara bersama-sama terdapat pengaruh terhadap organisasi pembelajaran pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember.
- d. Menganalisis pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember.
- e. Menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember.
- f. Menganalisis gaya kepemimpinan dan budaya organisasi secara bersama-sama terdapat pengaruh terhadap kinerja pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember.

- g. Menganalisis pengaruh organisasi pembelajaran terhadap kinerja pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember.
- h. Menganalisis gaya kepemimpinan dan budaya organisasi secara bersama-sama terdapat pengaruh terhadap kinerja melalui organisasi pembelajaran pada usaha mikro *fashion* di Kabupaten Jember.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

Bagi usaha mikro pada bidang *fashion* di Kabupaten Jember:

- a. Pengembangan ekonomi kreatif pada bidang *fashion* di Kabupaten Jember ini, diharapkan menjadikan wahana menarik dan menjanjikan dalam perekonomian masyarakat setempat.
- b. Dengan adanya pengembangan ekonomi kreatif pada bidang *fashion* ini, diharapkan mampu memperkenalkan produk-produk *fashion* khas budaya bangsa Indonesia di mata dunia internasional.

Bagi mahasiswa Program Pascasarjana Magister Terapan Agribisnis:

- a. Pengembangan sektor ekonomi kreatif ini dapat menjadi referensi dan sumber penggalian ide bagi kegiatan pengembangan sektor yang lain.
- b. Pengembangan ekonomi kreatif ini dapat menjadi contoh nyata penerapan ekonomi kreatif yang menjadikan wahana yang menarik dan menjanjikan dari segi ekonomi.
- c. Untuk menemukan solusi dalam pemecahan permasalahan perkembangan ekonomi kreatif.