

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ekonomi kreatif telah berkembang dengan sangat cepat sehingga menjadi salah satu sektor yang ikut memengaruhi perkembangan ekonomi secara global. *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTD)*/Lembaga Konferensi PBB Untuk Perdagangan dan Pembangunan dalam laporannya mengenai Prospek Ekonomi Kreatif yang dirilis pada Oktober 2022 menyebutkan bila sektor ekonomi kreatif sebagai sektor yang memiliki pengaruh besar terhadap pertumbuhan perekonomian dunia. UNCTAD dalam laporan tersebut menyebutkan beberapa sektor tersebut antara lain industri yang menggunakan teknologi tinggi, industri manufaktur yang bernilai seni tinggi, industri jasa bisnis maupun finansial, serta industri yang menghasilkan produk-produk budaya lokal. Menurut laporan tersebut, usaha ekonomi kreatif sebagai aktivitas usaha yang berorientasi pada kreativitas, seni dan budaya relatif tidak terlalu merasakan akibat krisis ekonomi saat pandemi covid-19 beberapa waktu lalu. Meski aktivitas ekonomi global ikut terganggu akibat pandemi covid-19, industri ekonomi kreatif relatif terus berkembang, terutama di negara-negara Timur seperti Singapura, Thailand, termasuk Indonesia yang di tengah kontraksi ekonomi global pada 2020, sektor kreatifnya menunjukkan ketahanan yang luar biasa.

UNCTAD mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai aktivitas usaha pada sektor ekonomi yang bersinggungan dengan memproduksi maupun mengembangkan konten budaya, kreatif maupun intelektual. John Howkins dalam bukunya *“The Creative Economy: How People Make Money From Ideas”*

menjabarkan ekonomi kreatif sebagai pekerjaan menghasilkan sebuah produk yang mempunyai nilai ekonomi karena ada ide dan kreativitas.

John Howkins juga menambahkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif bergantung pada kemampuan manusia mengolah gagasan menjadi nilai ekonomi yang nyata. Dalam ekonomi modern, aset terbesar bukan lagi tanah atau mesin, tetapi kreativitas yang dimiliki individu. Ketika sebuah negara berhasil menciptakan sistem yang memberi ruang bagi inovasi, perlindungan terhadap hak cipta, dan dukungan terhadap pelaku kreatif, maka potensi ekonomi baru akan tumbuh tanpa batas. Kreativitas bukan hanya mendorong pertumbuhan, tetapi juga menciptakan bentuk-bentuk industri baru yang sebelumnya tidak pernah dibayangkan

Sementara, Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2022 terkait Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang No. 24 Tahun 2019 terkait Ekonomi Kreatif mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai realisasi nilai tambah dari aset berupa intelektual yang diperoleh melalui kreativitas seseorang yang berbasiskan warisan budaya, ilmu pengetahuan, serta teknologi. Bisa dikatakan bahwa ekonomi kreatif adalah proses ekonomi yang mengutamakan nilai kreativitas dan intelektual dalam menghasilkan serta mendistribusikan barang dan jasa. Berdasar pada Pasal 4 Ayat 2 Peraturan Presiden Nomor 96 Tahun 2019, cakupan ekonomi kreatif terdiri atas tujuh belas subsektor: aplikasi; pengembang permainan, arsitektur, desain interior; desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, animasi maupun video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio.

Usaha ekonomi kreatif di Indonesia telah berkembang secara signifikan selama beberapa tahun. Peningkatan jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif setiap tahun, serta munculnya berbagai jenis usaha baru yang lebih inovatif, menjadi indikator positif bagi pertumbuhan sektor ekonomi kreatif (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Triawan Munaf mengemukakan pendapat bahwa kemajuan ekonomi kreatif di Indonesia sangat bergantung pada kemampuan bangsa mengolah kekayaan budaya menjadi nilai ekonomi yang berkelanjutan. Dengan keragaman tradisi, cerita, dan estetika, Indonesia memiliki sumber inspirasi yang hampir tak terbatas. Tantangan utama adalah membangun ekosistem yang memungkinkan ide-ide tersebut naik kelas menjadi produk kreatif berkualitas global. Ketika kreativitas bertemu dengan dukungan kebijakan, teknologi, dan manajemen yang baik, ekonomi kreatif akan menjadi kekuatan ekonomi baru yang membawa Indonesia lebih kompetitif.

Kinerja pelaku usaha merupakan pencapaian hasil kerja selama melaksanakan usaha yang bisa dinilai melalui beragam faktor, misalnya efektivitas, efisiensi, dan keberlanjutan usaha. Menurut Robbins dan Judge (2017), kinerja sebagai hasil kerja seseorang yang dinilai berdasar pada standar tertentu yang telah ditetapkan. Sesuai konteks usaha, kinerja pelaku usaha mencerminkan sejauh mana seseorang atau kelompok dalam usaha mencapai tujuan bisnisnya, termasuk dalam hal kecepatan menyelesaikan pekerjaan, kualitas layanan, keterampilan interpersonal, serta kreativitas dan inovasi.

Richard Florida dalam bukunya *The Rise of the Creative Class* (2002) berpendapat bahwa pertumbuhan ekonomi modern sangat dipengaruhi oleh kemampuan suatu wilayah menarik dan mempertahankan creative class, karena kelompok inilah yang mendorong inovasi, perkembangan teknologi, dan dinamika ekonomi baru. Florida juga menekankan bahwa peningkatan kinerja pelaku usaha kreatif yang termasuk dalam kelompok “*creative class*” menjadi motor penggerak perkembangan ekonomi berbasis ide. Produktivitas dan kreativitas pelaku usaha berkontribusi langsung pada munculnya inovasi baru yang memperluas peluang ekonomi dan mempercepat pertumbuhan industri kreatif di suatu wilayah.

Hal yang memengaruhi kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif adalah kompetensi kewirausahaan. Kompetensi ini memuat pengetahuan, keterampilan, serta sikap yang dibutuhkan untuk menjalankan dan mengembangkan usaha. Man et al. (2002) menyampaikan bila kompetensi kewirausahaan meliputi aspek inovasi, pengambilan keputusan strategis, dan kapasitas dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia guna mencapai keberhasilan bisnis. Dalam sektor kriya, kompetensi kewirausahaan sangat diperlukan untuk menciptakan produk yang berkualitas, menarik pasar, serta menghadapi tantangan dalam persaingan global. Tanpa kompetensi yang layak, tentu pelaku usaha sulit untuk menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan pemanfaatan peluang dalam berbisnis.

Perilaku kerja juga berperan penting dalam menentukan kinerja pelaku usaha. Perilaku kerja didasarkan pada tindakan ataupun kebiasaan individu dalam lingkungan kerja yang dapat memengaruhi produktivitas dan keberhasilan usaha. Menurut Gibson et al. (2012), perilaku kerja yang positif, misalnya disiplin, kerja

sama, dan tanggung jawab, bisa memaksimalkan efisiensi kerja dan mendorong perkembangan usaha ekonomi kreatif.

Dalam konteks usaha kreatif sektor kriya di Kota Kupang, masih banyak pekerja yang berorientasi pada upah semata dan kurang memiliki dorongan untuk meningkatkan keterampilan mereka. Hal ini berdampak pada rendahnya produktivitas dan inovasi, serta menyebabkan tingginya tingkat pergantian tenaga kerja yang menghambat pertumbuhan usaha.

Sementara itu, motivasi dan komitmen kerja juga menjadi faktor yang memengaruhi kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif. Motivasi kerja sebagai faktor yang mendorong seseorang ingin meraih tujuan tertentu dalam pekerjaannya (Ryan & Deci, 2000). Sementara komitmen kerja merujuk pada seberapa jauh individu merasa terikat maupun bertanggung jawab terhadap pekerjaan serta organisasi tempat mereka bekerja (Meyer & Allen, 1991). Jika pelaku usaha dan pekerjanya memiliki motivasi dan komitmen yang tinggi, mereka cenderung bersemangat dalam mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas produk, serta mencari solusi atas tantangan yang dihadapi.

Di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), dari 17 subsektor ekonomi kreatif, terdapat tiga subsektor yang perkembangannya paling signifikan selama beberapa tahun terakhir ini yaitu subsektor kuliner, fesyen, dan kriya/kerajinan yang disebut sebagai subsektor unggulan. Sumber data Dinas Pariwisata Provinsi NTT per Desember 2023 menyebutkan jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif untuk 3 sub sektor unggulan di Propinsi NTT sebanyak 10.803 pelaku usaha ekonomi kreatif sesuai perincian di bawah.

Tabel 1.1 Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif 3 Sub Sektor Unggulan di NTT

No	Sub Sektor Unggulan	Jumlah Pelaku Usaha	Prosentase
1	Kriya	7769	71,92 %
2	Kuliner	2839	22,11 %
3	Fashion	305	2,82 %
Jumlah Pelaku Usaha		10.803	100 %

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Propinsi NTT, Desember 2023

Data di atas memperlihatkan bila jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif pada sub sektor kriya di NTT paling banyak dari usaha ekonomi kreatif pada 2 sub sektor unggulan lainnya. Dengan persentasi jumlah pelaku usaha mencapai 71,92 % dari 3 sub sektor unggulan tersebut, bisa dikatakan bahwa usaha kriya adalah subsektor dengan mayoritas pelaku usaha di NTT meminatinya.

Selain sektor kriya sebagai salah satu sektor unggulan dari 17 sub sektor ekonomi kreatif , sektor kriya bukan hanya berbicara tentang produk yang dihasilkan tetapi pelestarian pengetahuan yang berbasis pada identitas dan budaya lokal yang ada di Kota Kupang sehingga produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha sektor kriya bisa menjadi suatu potensi besar untuk mengembangkan usaha dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Demikian halnya dengan perkembangan usaha ekonomi kreatif di Kota Kupang, sektor kriya sebagai sektor unggulan yang diminati pelaku usaha. Perkembangan sektor kriya di Kota Kupang di setiap tahunnya juga terjadi peningkatan signifikan, sesuai yang terlampir pada uraian di bawah.

Tabel 1.2 Jenis Usaha Ekonomi Kreatif dan Jumlah Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif Kota Kupang selama 4 tahun terakhir.

No	Sub Sektor (Jenis Usaha Ekonomi Kreatif)	Jumlah Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif			
		2021	2022	2023	2024
1	Aplikasi	35	5	7	5
2	Game Developer	1	7	7	8
3	Arsitektur	3	18	19	19
4	Desain Interior	1	21	21	21
5	Desain komunikasi Visual	2	6	6	6
6	Desain Produk	11	7	7	7
7	Fashion	11	35	39	43
8	Film, Animasi dan Video	1	5	8	8
9	Fotografi	10	23	23	23
10	Kriya	28	47	117	147
11	Kuliner	30	75	117	125
12	Musik	1	4	8	8
13	Penerbitan	3	2	2	2
14	Periklanan	4	8	9	9
15	Seni Pertunjukan	2	6	7	10
16	Seni Rupa	2	15	15	16
17	Televisi dan Radio	1	3	3	3
Jumlah		146	287	413	460

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Kupang, Desember 2024.

Terlihat dalam Tabel 1.2, sektor kriya di Kota Kupang mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam empat tahun terakhir. Jumlah pelaku usaha meningkat dari 28 pada tahun 2021 menjadi 147 pada tahun 2024, menunjukkan lonjakan hampir lima kali lipat. Penggunaan teknologi dan media sosial dalam pemasaran produk kriya telah membantu menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan daya saing produk lokal sehingga masyarakat di Kota Kupang memiliki minat untuk mengembangkan usaha kriya, baik sebagai mata pencaharian utama maupun usaha sampingan karena produk kriya semakin diminati, baik di pasar lokal maupun di luar Kota Kupang.

Dengan pertumbuhan yang meningkat setiap tahun, sektor kriya di Kota Kupang memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Namun, sesuai kenyataan yang peneliti dapati di lapangan, ada banyak pelaku usaha ekonomi kreatif subsektor kriya yang belum optimal atau bahkan belum berhasil menjalankan usahanya karena berbagai sebab. Dalam sektor kriya di Kota Kupang, peningkatan jumlah pelaku usaha menunjukkan adanya peluang besar untuk berkembang, namun tantangan dalam hal keterampilan tenaga kerja, motivasi, dan komitmen kerja masih menjadi faktor penghambat yang dapat memengaruhi kinerja usaha secara keseluruhan.

Pemerintah Kota Kupang pada bulan Juni 2025 telah membuat program pemberdayaan ekonomi masyarakat diataranya dengan *dilaunchingnya* Saboak (*Sunday Market* Buat Orang Kupang) sebagai ruang pertemuan bagi 612 pelaku usaha ekonomi kreatif dan UMKM yang ada di Kota Kupang setiap hari sabtu dan minggu. Selama kurun waktu 8 bulan sampai Januari 2026 terlihat bahwa dari program saboak sangat baik dan menunjukan peningkatan kinerja usaha para pelaku ekonomi kreatif dan UMKM yang tergabung dalam program ini.

Tabel berikut akan menggambarkan *casflow* Program Saboak selama kurun waktu 8 bulan terakhir sbb :

Tabel 1.3. Rekapitulasi *Casflow* Program Saboak Tahun 2025

No	Bulan	Omset Pelaku Ekraf/UMKM (Rp)
1	Juni	252.540.000
2	Juli	1.038.371.100
3	Agustus	1.063.103.500
4	September	883.521.000
5	Oktober	870.035.500
6	Nopember	564.789.000
7	Desember	745.575.000
8	Januari	213.367.000
	Total Casflow	5.631.302.100

Sumber Data : Data Olahan Dinas Pariwisata Kota Kupang(2025)

Tabel 1.3 menggambarkan *casflow* dari Program Saboak yang menggambarkan kemampuan usaha menghasilkan dan mengelola uang tunai, yang sangat krusial untuk keberlangsungan suatu usaha. Tetapi tidak dipungkiri juga bahwa *casflow* bukan merupakan indikator utama dalam menilai kinerja pelaku usaha karena *casflow* tidak langsung mencerminkan profitabilitas dan tidak menggambarkan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan tetapi setidaknya bisa menggambarkan betapa besar peluang yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha pada umumnya untuk mengembangkan usaha. *Cashflow* adalah indikator kunci kinerja pelaku usaha, terutama untuk keberlangsungan usaha.

Sesuai pengamatan maupun interviu prapenelitian pada awal Maret 2025 bersama pemilik Nice Handycraft, salah satu usaha sektor kriya yang berlokasi di Kelurahan Oebufu, Kota Kupang, ditemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja usaha. Usaha kriya dengan lima

pekerja tetap dan beberapa pekerja lepas yang direkrut sesuai dengan kebutuhan produksi itu mengalami kendala dalam mendapatkan sumber daya manusia yang terampil dan berkepribadian tinggi, karena kebanyakan pekerja mengalami kesulitan dalam memahami dan mengembangkan keterampilan kriya secara cepat. Perilaku kerja para pekerja juga masih berorientasi pada upah semata, sehingga mereka kurang memiliki motivasi untuk meningkatkan keterampilan mereka. Sesuai hasil wawancara, selama usaha tersebut berjalan, motivasi dan komitmen kerja banyak pekerja yang cenderung rendah menyebabkan banyak dari mereka memilih untuk berpindah ke pekerjaan lainnya yang dirasa mampu memberikan keuntungan, maka sering terjadi pergantian tenaga kerja yang menghambat proses pengembangan usaha karena pelaku usaha harus terus memberikan pelatihan kepada pekerja baru.

Dalam wawancara bersama pelaku usaha kerajinan yang lain di Kelurahan Kayu Putih, Kota Kupang, diketahui sejumlah tantangan yang dihadapi antara lain seperti kemampuan untuk mengakses pasar yang terbatas dikarenakan minimnya pengetahuan perihal penggunaan teknologi informasi digital atau e-commerce, informasi tentang produk kriya yang kurang didapatkan oleh konsumen, inovasi dan desain yang masih cenderung tradisional dan belum mengikuti trend pasar modern, serta teknologi dan alat kerja yang kurang memadai.

Dalam konteks usaha kreatif sektor kriya di Kota Kupang, peningkatan jumlah pelaku usaha dari 28 pada tahun 2021 menjadi 147 pada tahun 2024 menunjukkan perkembangan yang pesat, yang menandakan bahwa daya saing produk kriya semakin meningkat, terutama dengan pemanfaatan teknologi dan media sosial dalam pemasaran, tetapi ternyata pertumbuhan tersebut pun

mendatangkan beragam tantangan yang harus diselesaikan agar kinerja usaha tetap optimal. Dari wawancara dan observasi prapenelitian secara terpisah di dua tempat usaha tersebut, peneliti memiliki asumsi bahwa sejumlah masalah dan tantangan yang dihadapi pelaku usaha kreatif subsektor kriya di Kota Kupang memiliki pengaruh pada kinerja pelaku usaha, yang pada akhirnya berpotensi membuat kinerja usaha jadi tidak optimal.

Rendahnya motivasi dan komitmen kerja di sub sektor kriya di Kota Kupang menghambat pertumbuhan usaha, karena pelaku usaha harus terus memberikan pelatihan kepada pekerja baru akibat tingginya angka pergantian tenaga kerja.

Studi milik Musa, Wibawa, dan Saputra (2024) mendapati bila secara substansial kompetensi kewirausahaan dan motivasi kerja memengaruhi produktivitas pelaku ekonomi kreatif di Kota Pangkalpinang. Penelitian lainnya oleh Ilyas dkk. (2022) menyoroti bahwa sumber daya yang unggul bisa menghadirkan keunggulan dalam berdaya saing bagi industri kreatif di Kota Makassar. Sementara itu, penelitian oleh Suparta (2018) di Kota Bandar Lampung menekankan pentingnya akses pasar dan pendidikan bagi pelaku usaha kriya. Penelitian oleh Laitupa dan Sukei (2019) mengungkapkan bila kemampuan maupun motivasi kerja secara substansial memengaruhi kinerja bisnis, terutama ketika dimediasi oleh orientasi kewirausahaan.

Meskipun sudah ada beberapa penelitian terdahulu dengan topik yang sejenis, sesuai penelusuran peneliti, studi ini terdapat divergensi dengan studi sebelumnya dikarenakan akan menganalisis secara simultan kompetensi kewirausahaan, perilaku kerja, motivasi kerja, dan komitmen kerja dalam

memengaruhi kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang. Penelitian ini juga penting untuk dilakukan mengingat sektor kriya di Kota Kupang berpotensi dalam perkembangan ekonomi kreatif, tetapi masih menghadapi berbagai kendala dalam hal kompetensi tenaga kerja, perilaku kerja, motivasi, dan komitmen kerja. Dengan memahami bagaimana keempat variabel ini mempengaruhi kinerja pelaku usaha, temuan studi ini paling tidak bisa berkontribusi merumuskan strategi untuk mengembangkan usaha kreatif sub sektor kriya di Kota Kupang.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian.

Permasalahan yang dirumuskan dalam beberapa pertanyaan di bawah ini.

1. Bagaimana gambaran tentang Kompetensi Kewirausahaan, Perilaku Kerja, Motivasi Kerja, Komitmen Kerja dan Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang?
2. Apakah Kompetensi Kewirausahaan secara substansial memengaruhi Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang?
3. Apakah Perilaku Kerja secara substansial memengaruhi Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang?
4. Apakah Motivasi Kerja secara substansial memengaruhi Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang?
5. Apakah Komitmen Kerja secara substansial memengaruhi Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang?

6. Apakah Kompetensi Kewirausahaan, Perilaku Kerja, Motivasi Kerja, dan Komitmen Kerja secara kolektif dan substansial memengaruhi Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang?

1.3. Tujuan Penelitian.

Sesuai konteks penjelasan di atas, tesis dimaksudkan untuk beberapa hal berikut ini.

1. Mengkaji gambaran tentang Kompetensi Kewirausahaan, Perilaku Kerja, Motivasi Kerja, Komitmen Kkerja dan Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang
2. Mengkaji Kompetensi Kewirausahaan yang memengaruhi Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang.
3. Mengkaji Perilaku Kerja yang memengaruhi Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang.
4. Mengkaji Motivasi Kerja yang memengaruhi Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang.
5. Mengkaji pengaruh Komitmen Kerja yang memengaruhi Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang.
6. Mengkaji Kompetensi Kewirausahaan, Perilaku Kerja, Motivasi Kerja, dan Komitmen Kerja yang secara kolektif mampu memengaruhi Kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor kriya di Kota Kupang.

1.4. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan supaya temuan dalam studi ini berguna bagi berbagai pihak. Kegunaan dari studi ini terlampir berikut.

1. Manfaat Teoretis

- a. Memberikan wawasan ataupun memperkaya literatur mengenai kompetensi kewirausahaan, perilaku kerja, motivasi kerja, serta komitmen kerja yang memengaruhi kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif, khususnya pada sektor kriya.
- b. Bisa dijadikan sumber rujukan bagi studi berikutnya yang membahas faktor-faktor yang berdampak pada kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif di sektor kriya maupun sektor lainnya.

2. Manfaat Praktis

➤ Bagi Pelaku Usaha

- a. Menyediakan deskripsi secara rinci perihal faktor yang berdampak pada kinerja usaha mereka, sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengembangan usaha kriya.
- b. Membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan, perilaku kerja, motivasi, dan komitmen kerja untuk mengoptimalkan kinerja usaha.

➤ Bagi Pemerintah dan Pemangku Kebijakan

- a. Menyediakan informasi yang bisa dijadikan sebagai landasan dalam merumuskan kebijakan dan program pengembangan ekonomi kreatif, khususnya dalam mendukung pertumbuhan subsektor kriya di Kota Kupang.

- b. Menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam memberikan pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi bagi pelaku usaha kriya agar lebih kompetitif di pasar lokal maupun global.

➤ Bagi Institusi Pendidikan dan Akademisi

- a. Menjadi referensi dalam pengembangan kurikulum pendidikan kewirausahaan, khususnya dalam bidang ekonomi kreatif dan industri kriya.
- b. Mendorong penelitian lanjutan terkait dengan peningkatan kinerja pelaku usaha ekonomi kreatif melalui aspek kompetensi, perilaku kerja, motivasi, dan komitmen kerja.