

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, banyak sekali perubahan yang terjadi dalam semua sektor kehidupan, baik sektor ekonomi, politik, sosial dan budaya. Berdasarkan Komite Ekonomi Industri Nasional (KEIN) merekomendasikan empat industri potensial yang perlu dikembangkan oleh Presiden Joko Widodo sebagai persiapan strategis untuk menghadapi persaingan ekonomi global Wicaksono (2019). Ketua KEIN Soetrisno Bachir menyebutkan empat sektor industri potensial yang perlu dikembangkan itu meliputi industri agro, maritim, kreatif dan digital, serta industri pariwisata. Kondisi saat ini dapat memicu beberapa masyarakat untuk dapat membangun perekonomian mereka sendiri. Beberapa alasan yang mendorong seseorang untuk memutuskan menjadi wirausaha, yaitu faktor pribadi, lingkungan kerja yang tidak nyaman, pendidikan yang kurang, prestasi yang kurang, dorongan keluarga, keadaan sosial, ingin lebih dihargai atau harga diri, dan karena terpaksa oleh lingkungan.

Setelah pandemi Covid-19, tepatnya pada 2020 dampaknya sangat dirasakan oleh UMKM, karena penurunan daya beli masyarakat yang disebabkan oleh adanya himbuan dari pemerintah agar masyarakat bekerja dari rumah. Menurut, Zulfa (2020) Covid-19 merupakan sebuah virus jenis baru yang menular pada manusia dan menyerang sistem pernapasan sampai berujung pada kematian. Tentu hal ini dapat berbahaya bagi masyarakat yang setiap hari bekerja diluar rumah maupun berinteraksi dengan banyak orang banyak. Pakpahan (2020) menyebutkan ada tiga implikasi bagi Indonesia terkait pandemi Covid-19 ini yakni sektor pariwisata, perdagangan, dan investasi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, tercatat jumlah UMKM sampai 2022 mencapai 60 juta lebih pelaku. Dengan angka tersebut UMKM berhasil menyumbang sekitar 7,1% terhadap Produk Domestik Bruto dan mengurangi

tingkat pengangguran Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi (Kemenkop) dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menunjukkan bahwa pada tahun 2019 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia (atau sekitar 99 persen dari total unit usaha) dan mempekerjakan 116.978.631 tenaga kerja (atau sekitar 97 persen dari total tenaga kerja di sektor ekonomi).

Menurut Amelia (2020) Pada sektor UMKM, permasalahan yang dihadapi adalah dengan berkurangnya bahan baku, berkurangnya/menurunnya penjualan, menghambatnya produksi dan distribusi mengalami kesulitan permodalan, minimnya pengetahuan teknologi informasi dan terhambatnya jaringan usaha mengakibatkan rendahnya produktivitas bisnis serta kemampuan mereka untuk menghadapi perubahan khususnya dalam hal transaksi menjadi terhambat karena yang awalnya manual sekarang dituntut serba digital.

Dengan adanya fenomena tersebut, tentu dapat mengganggu keberlangsungan UMKM bahkan bisa mengakibatkan kebangkrutan dan menutup usahanya. Untuk menjaga keberlangsungan usaha perlu memperbaiki tata kelola semua sektor untuk menyesuaikan perilaku konsumen, pemasok dan tenaga kerja di masa pasca pandemi Covid-19. Untuk memperbaiki dan menjalankan tata kelola UMKM dengan baik perlu Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten untuk mengatasi masalah-masalah dan perubahan-perubahan yang terjadi di sektor pemasaran, produksi dan bahan baku yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Kompetensi SDM mencakup pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang dimiliki individu sebagai karyawan dan pelaku usaha (Ubaidillah, 2020).

Dunia bisnis adalah sebuah kegiatan wirausaha yang penuh dengan tantangan, salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah tahun 2019 jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 65.471.134 atau meningkat 1,98% dari tahun 2018, sedangkan penyerapan tenaganya sebanyak 123.368.672 atau meningkat 2,30% dari tahun 2018. Sejarah perekonomian bangsa Indonesia menunjukkan bahwa di masa krisis ekonomi tahun 1997-1998, UMKM dapat melakukan aktivitas usahanya bertahan dari goncangan dan tidak ikut terpuruk,

karena UMKM benar-benar memberdayakan sumber daya lokal sebagai bahan baku dan tenaga kerja domestik.

Untuk menjaga keberlangsungan usaha perlu diperhatikan sumber daya manusia (SDM) karena bisa mengatasi berbagai masalah dalam menjalankan UMKM terutama masa pasca pandemi Covid-19 dimana perilaku konsumen membeli barang kebutuhannya terbiasa tanpa keluar rumah atau melalui *online*, sehingga pengguna media e-commerce mengalami peningkatan yang tinggi selama pandemi Covid-19 hingga masa pasca pandemi. Dilansir dari (Detik.com, 2022) Menurut Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya Fauzie Mustaqiem mengatakan bahwa, UMKM memang banyak yang mengalami guncangan saat pandemi dalam hal penurunan omzet, karena memang dampak yang ditimbulkan oleh pandemi ini sangat terasa di berbagai sektor. Selain itu juga karena perubahan metode belanja, lebih banyak menggunakan media *e-commerce* yang membuat orang lebih merasa aman dan nyaman karena tidak berinteraksi dengan orang lain untuk mencegah penyebaran virus, pihaknya senantiasa memberikan pelatihan hingga pendampingan pada UMKM di Surabaya .

Pemerintah Kota Surabaya senantiasa mendorong UMKM akan semakin berdaya saing, antara lain memfasilitasi pemasaran produknya, memberikan fasilitas pendaftaran hak kekayaan intelektual dan sertifikasi Halal dan BPOM, dan juga kegiatan-kegiatan pelatihan atau pendampingan untuk mendukung produktivitas UMKM. Dilansir dari web berita resmi Pemerintah Kota Surabaya (surabaya.go.id), bahwa pihaknya terus berkomitmen untuk menggerakkan perekonomian dengan mempermudah pemasaran produk UMKM dan toko kelontong. Karena itu, Pemkot menerbitkan sistem elektronik atau e-commerce Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo (Peken). Hasilnya pada proses transaksi bulan Juli-Desember 2021 mencapai 4,8 Miliar. Selanjutnya memasuki tahun 2022 Pemkot memperluas jangkauan E-Peken Surabaya, yakni masyarakat umum bisa melakukan transaksi. Sehingga capaian tahun 2022 sampai bulan Mei, transaksi mencapai 11,4 Miliar, artinya terdapat kenaikan transaksi sebanyak 133 persen. Tentunya para pelaku UMKM saat pasca pandemi Covid-19

harus mulai memiliki daya tahan, dan daya saing serta ide-ide kreatif untuk terus melaju di tengah gempuran persaingan bisnis yang semakin ketat.

Pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi termasuk juga di Surabaya. Pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Surabaya menembus angka 60 ribu lebih. Jumlah itu sangat signifikan untuk mendongkrak ekonomi kerakyatan di Surabaya agar terus bergeliat. Berdasarkan data yang dilansir dari berita resmi Pemkot Surabaya (Surabaya.go.id) (2021) Dinas Koperasi dan Usaha Mikro atau Dinkop UM Surabaya terdapat 60.007 pelaku usaha mikro yang tersebar di Surabaya. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Jawa Timur tahun 2016 adalah 56%, sedangkan pada tahun 2020 sebesar 57,25%. Dan sedangkan data yang dilansir dari web resmi kemenkop jatim (satu data) (2022), kontribusi KUMKM Surabaya terhadap Jawa Timur tahun 2019 sebesar 283,43 triliun dan merupakan kota dengan jumlah tertinggi kontribusinya se-Jawa Timur.

Penelitian Arviani (2022) menjelaskan bahwa Kewirausahaan di Surabaya merupakan salah faktor pendorong peningkatan perekonomian Indonesia. Kewirausahaan melalui Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia.

Menurut Jaya dan Sumarni (2020), usaha mikro kecil dan menengah merupakan salah satu bentuk organisasi profit atau bisnis. Organisasi yang berorientasi pada sebuah bisnis melibatkan aspek manajemen dan organisasi harus menjadi perhatian, tidak terkecuali aspek sumber daya manusia dan perilakunya dalam organisasi tersebut. UMKM memiliki kedudukan sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, UMKM juga mempunyai peran penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, sebagai penyedia lapangan kerja terbesar dalam pencipta pasar baru serta sumber inovasi. Karena adanya persaingan dalam semua bidang bisnis maka setiap pelaku UMKM perlu mempunyai sikap disiplin, fokus, serta kreativitas yang harus dimiliki

para pelakunya. Mampu melihat peluang serta berani mengambil resiko juga merupakan hal yang penting untuk para wirausaha tetap berada pada pasarnya.

Meluncurkan produk baru di pasar sangat beresiko dan tidak mudah. Tidak ada yang bisa menjamin bahwa pasar siap untuk membeli baik barang maupun jasa. Maka dari itu, UMKM terus berusaha untuk memenangkan keunggulan bersaing salah satunya dengan kreativitas. Peningkatan kreativitas pelaku UMKM adalah suatu keniscayaan untuk dapat bersaing di pasar global. Kreativitas pelaku UMKM harus memiliki inovasi-inovasi produk yang belum pernah dipasarkan. Produk hasil ciptaan pelaku UMKM harus menarik dan memikat pasar dunia baik dalam bentuk kerajinan, produk kain, kuliner nusantara, kopi unggulan maupun karya kreatif lainnya. Dengan adanya inovasi dan kreativitas baik dari pelaku usaha maupun karyawannya, maka berdampak bukan hanya pada kualitas produk saja tetapi pada peningkatan jumlah penjualan, produk sulit untuk ditiru, serta dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak (Loewe & Dominiquini, 2006).

Menurut Zimmerer dan Scarborough, (2004) kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide baru, dengan mengkombinasikan, dan mengubah ide yang sudah ada kemudian diproses melalui beberapa tanggapan sehingga menghasilkan produk atau jasa yang kreatif. Suatu perusahaan dikatakan berkembang jika perusahaan tersebut mempunyai sumber daya-sumber daya yang baik. Didukung juga dengan kreativitas yang tinggi perusahaan juga akan berani menghadapi pasar yang berubah-ubah. Setiap perusahaan dituntut melakukan kreativitas terhadap produk yang mereka pasarkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosmadi, (2021) menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia (SDM) berupa inovasi dan kreativitas sangat mendukung keberlangsungan kegiatan UMKM disamping faktor-faktor lain yang tidak diteliti, antara lain permodalan. Dari hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi baik produk maupun kemasannya dapat berdampak positif bagi pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) meskipun sedang dilanda pandemi covid-19.

Penelitian yang dilakukan oleh Hendrawan, dkk (2019) menjelaskan tentang Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

(UMKM), dimana Pengembangan UMKM dapat terjadi jika pelaku UMKM mempunyai kreativitas sehingga akan menghasilkan produk dan sistem manajemen dan organisasi yang baru sehingga mempunyai daya saing yang tinggi, hal ini bisa terjadi jika ada kerjasama semua pihak dengan cara menciptakan iklim usaha yang kondusif, bantuan permodalan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan, pelatihan, mengembangkan promosi, dan mengembangkan kerjasama yang setara.

Ciri orang yang kreatif salah satunya dikatakan mampu mengobservasi situasi dan masalah- masalah yang sebelumnya tidak diperhatikan orang lain. Ciri lainnya adalah mempunyai kemampuan untuk membangkitkan ide-ide dan masalah-masalah yang dicapainya dari banyak sumber, termasuk cenderung memiliki banyak alternatif terhadap masalah atau subyek tertentu. Disamping hal tersebut bahwa ciri orang kreatif seringkali menentang hal-hal yang bersifat klise dan ia tidak terhalang oleh kebiasaan-kebiasaan yang terkadang menghambat berfikir kreatif (Hendrawan, dkk, 2019).

Kreativitas juga merupakan sebuah proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dari lingkungannya akan mempengaruhi kreativitas seseorang. Selama ini terdapat anggapan yang keliru mengenai orang yang kreatif. Terdapat anggapan bahwa hanya orang pintar saja atau jenius saja yang memiliki kreativitas. Bahwa proses kreatif adalah proses mental yang di dalam proses itu pengalaman masa lampau dikombinasikan kembali sering dengan beberapa distorsi dalam bentuk sedemikian rupa sehingga orang muncul dengan pola-pola baru, konfigurasi baru, aturan baru sehingga muncul pemecahan yang lebih baik yang dibutuhkan manusia (Sya'roni & Sudirham, 2012).

Kreativitas dapat menciptakan sebuah industri kreatif dimana industri tersebut mengandalkan talenta, keterampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui melalui penawaran kreasi intelektual. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Berbagai upaya telah dilakukan untuk

memahami kreativitas, individu kreatif, proses kreatif, dan strategi kreatif dalam periklanan dan bisnis (Simatupang, 2008).

Menurut Dwi (2012) 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 produk domestik bruto.

Kreativitas adalah sebuah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara baru melihat peluang. Kreativitas memegang peranan penting karena didorong dengan adanya persaingan berbisnis yang sangat ketat, setiap pembisnis harus mempunyai cara pikir yang maju agar sebuah bisnis dapat bertahan dalam persaingan. Untuk itu UMKM, harus menggunakan kreativitasnya untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk jasanya. Dengan menggunakan daya kreativitas, UMKM tidak hanya dapat bertahan dalam persaingan tetapi juga akan memiliki peluang untuk memperluas pasar produknya, dan mungkin suatu produk kreatif yang dihasilkan akan menjadi *trend-setter* dalam bisnis tersebut (Pramudita, 2020).

Selain kreativitas untuk dapat masuk dalam beberapa peluang usaha, pelaku UMKM juga dituntut untuk mempunyai suatu motivasi kerja yang tinggi, semakin tinggi motivasi kerja seseorang maka semakin mudah juga ia mendapatkan ide-ide yang baru, hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Putrimilenia (2021) bahwa setiap wirausahawan mempunyai peran yang strategis didalam usahanya yaitu sebagai pemikir, perencana dan pengendali aktivitas usaha karena memiliki bakat, tenaga dan kreativitas untuk mencapai tujuan, demi tercapainya tujuan usaha, maka setiap wirausahawan memerlukan motivasi agar mampu bekerja lebih rajin. Penelitian yang dilakukan Harun (2020) hasilnya menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi kerja dengan kreativitas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukthar (2020) dimana juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi kerja dan kreativitas.

Penelitian dari Wibowo (2012) menyatakan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara motivasi berprestasi dengan kreativitas. Artinya, semakin tinggi motivasi berprestasi karyawan maka semakin tinggi kreativitas karyawan, sebaliknya semakin rendah motivasi berprestasi karyawan maka semakin rendah pula kreativitas karyawan. Menurut Munandar (2014) menyatakan bahwa kreativitas merupakan fenomena yang dimana seseorang mengkomunikasikan sebuah konsep baru, yang diperoleh sebagai hasil dari proses mental dalam menghasilkan ide, yang merupakan upaya untuk memenuhi adanya dorongan (motivasi) yang dipengaruhi tekanan ekologis. Kreativitas tidak hanya bergantung pada keterampilan dalam bidang dan dalam berpikir kreatif, tetapi juga pada motivasi intrinsik (pendorong internal) untuk bersibuk diri dalam bekerja dan pada lingkungan social yang kondusif (pendorong internal).

Motivasi dapat menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya dapat bekerja lebih giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. Hal ini didukung oleh Nugroho (2013) yang menyebutkan bahwa motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, guna mencapai tujuan, dapat diartikan bahwa motivasi sebagai pemberi daya penggerak yang menciptakan semangat seseorang agar mereka bias bekerjasama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upaya untuk mencapai kepuasan. Menurut Hasibuan (2004) Motivasi adalah pemberian gaya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan.

Menurut Hasibuan, Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan atau pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Motivasi (*motivation*) dalam manajemen hanya ditujukan pada sumber daya manusia umumnya dan bawahan khususnya. Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal.

Motivasi merupakan hal yang sangat penting bagi seseorang dalam melakukan pekerjaan sehingga pekerjaan yang telah dibebankan dapat terlaksana sebagai mana mestinya sesuai dengan standar operasional perusahaan. Hal ini adalah sebuah kekuatan yang memungkinkan seseorang bertindak sesuai arah tujuan tertentu. Motivasi merupakan salah satu hal yang mempengaruhi perilaku manusia, motivasi disebut juga sebagai pendorong, keinginan, pendukung atau kebutuhan-kebutuhan yang dapat membuat seseorang bersemangat dan termotivasi untuk mengurangi serta memenuhi dorongan diri sendiri (Bahri & Nisa, 2017).

Motivasi karyawan sendiri dapat dikategorikan sebagai motivasi intrinsik dan ekstrinsik (Lamsah 2018). Motivasi intrinsik tersebut berkaitan dengan kepuasan terhadap diri sendiri yang dapat dicerminkan oleh pencapaian, pengakuan, percepatan, pekerjaan itu sendiri, tanggung jawab, dan pertumbuhan secara personal. Adapun motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang timbul ketika terdapat faktor pemicu dari luar diri personal karyawan seperti keamanan, kondisi pekerjaan, kebijakan perusahaan, status, kompensasi, dan hubungan interpersonal.

Menurut Kaukab (2020), Motivasi adalah suatu kondisi yang mendorong atau menjadi sebab seseorang melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, yang berlangsung secara sadar. Motivasi kerja seseorang tergantung pada kekuatan dari motivasi itu sendiri untuk dapat melakukan upaya nyata atas motivasi yang ada pada diri pelaku usaha yang nantinya dapat membuat mereka berperilaku pada saat menjalankan usahanya. Seorang pelaku usaha memerlukan motivasi kerja untuk membangun usahanya agar semakin berkembang.

Setiap aktivitas apapun termasuk bekerja, tentunya membutuhkan semangat dan motivasi tinggi agar menghasilkan kinerja yang baik pula, tidak terkecuali bagi mereka para pelaku UMKM. Motivasi merupakan suatu hal yang penting dalam menjalankan sebuah pekerjaan, karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia. Dengan adanya motivasi kerja yang tinggi maka akan dapat meningkatkan semangat dan antusias dalam bekerja untuk mencapai hasil yang optimal (Prabu, 2005).

Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif

dan efisien. Selain itu, penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai. Semua perusahaan, khususnya UMKM bersaing untuk menjadi yang terdepan dalam era persaingan. Oleh karena itu, setiap UMKM dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi, sehingga harus mulai memperbaiki diri. UMKM yang memiliki daya saing tinggi ditandai dengan kemampuan sumber daya manusia (SDM) yang andal, penguasaan pengetahuan yang tinggi, dan penguasaan perekonomian (Ariani & Utomo, 2017).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa motivasi kerja berpengaruh penting terhadap kreativitas, karena dengan adanya motivasi kerja dan kreativitas maka akan berdampak pada kualitas produk dan peningkatan penjualan, serta para pelaku UMKM dapat bersaing dan membangun atau meningkatkan usahanya agar terus bias berkembang. Oleh karena itu, maka peneliti tertarik meneliti Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kreativitas Pelaku UMKM di Surabaya Pasca Pandemi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan ini adalah apakah motivasi kerja dapat mempengaruhi kreativitas pelaku UMKM di Surabaya pasca pandemi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan rumusan masalah penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi kerja dapat mempengaruhi kreativitas pelaku UMKM di Surabaya pasca pandemi.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan digunakan untuk penelitian lanjutan yang berhubungan dengan kreativitas terhadap motivasi

kerja. Dalam dunia psikologi kajian ini dapat memperkaya kajian di bidang psikologi industri dan organisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi Subjek

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai pengaruh motivasi kerja yang dapat mempengaruhi kreativitas pelaku UMKM di Surabaya pasca pandemi.

2. Manfaat bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi bagi pemerintah agar dapat berperan serta dalam mendukung pemberdayaan UMKM berbasis industri kreatif di Surabaya untuk kedepannya serta dapat memberikan motivasi kerja dan kreativitas dengan diadakan seminar atau pelatihan.

3. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menambah referensi bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat memperluas referensi penelitian khususnya mengenai Motivasi kerja dengan Kreativitas.