

## Kepemimpinan Inovatif Walikota Payakumbuh Dalam Membangun *City Branding "Payakumbuh, The City of Randang"*

Desfitawarni Desfitawarni<sup>1\*</sup>, Syamsurizaldi Syamsurizaldi<sup>2</sup>, Fatia Fatimah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Magister Ilmu Administrasi Publik, Universitas Terbuka, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Administrasi Publik FISIP, Universitas Andalas, Indonesia

<sup>3</sup>Program Pascasarjana, Universitas Terbuka, Indonesia

### Abstract

*In 2019, the Mayor of Payakumbuh began to build a city branding titled "Payakumbuh, The City of Randang". The Mayor of Payakumbuh emphasized to the world community that Payakumbuh City is a Rendang City with the advantage that it has a Rendang Village and a modern and standardized center for rendang processing. Furthermore, this study will explain how the innovative leadership of the Mayor of Payakumbuh in building the city branding "Payakumbuh, The City of Randang". This research method uses descriptive qualitative. The research data was obtained from primary data through the main resource persons, namely the Mayor of Payakumbuh and other fairly representative informants. Secondary data by citing books, journals, documents and online media. The data analysis technique in this research is through data reduction, data display and drawing conclusions. The results of the study reveal that the development of the city branding "Payakumbuh, The City of Randang" is driven by the innovative leadership of the Mayor of Payakumbuh who is visionary, collaborative, risk-taking and change-oriented. Although the collaborative dimension is not yet optimal, the Mayor of Payakumbuh has succeeded in developing all the potential of existing resources towards improving the quality of processes and products that are more effective, efficient and relevant.*

**Keywords:** *city branding, innovative leadership*

### Abstrak

Pada tahun 2019, Walikota Payakumbuh mulai membangun *city branding* bertajuk "*Payakumbuh, The City of Randang*". Walikota Payakumbuh menegaskan kepada masyarakat dunia bahwa Kota Payakumbuh adalah Kota Rendang dengan keunggulannya yaitu memiliki Kampung Rendang dan pusat pengolahan rendang secara modern dan terstandarisasi. Lebih lanjut, penelitian ini akan menjelaskan bagaimana kepemimpinan inovatif Walikota Payakumbuh dalam membangun *city branding "Payakumbuh, The City of Randang"*. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif. Data penelitian didapatkan dari data primer melalui narasumber utama yaitu Walikota Payakumbuh dan informan lainnya yang cukup representatif. Data skunder dengan mengutip buku, jurnal, dokumen dan media online. Teknik analisa data dalam penelitian ini melalui reduksi data, display data dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pembangunan *city branding "Payakumbuh, The City of Randang"* didorong oleh kepemimpinan inovatif Walikota Payakumbuh yang visioner, kolaboratif, berani mengambil resiko dan berorientasi perubahan. Meskipun pada dimensi kolaboratif belum begitu optimal, namun Walikota Payakumbuh berhasil mengembangkan segenap potensi sumber daya yang ada menuju pada peningkatan mutu proses dan produk yang lebih efektif, efisien dan relevan.

**Kata kunci:** *kepemimpinan inovatif, city branding*

\* desfitawarnichaniago@gmail.com

<https://doi.org/10.26618/kjap.v8i2.7751>

## PENDAHULUAN

Kepemimpinan inovatif hakikatnya merupakan kegiatan seorang pemimpin dalam rangka melakukan pembaharuan, perbaikan dan pengembangan agar menghasilkan perubahan yang lebih baik dari keadaan sebelumnya di suatu organisasi yang dipimpinnya untuk mencapai tujuan bersama yang diinginkan (Chalim et al., 2012). Sedang pembaharuan (perbaikan dan pengembangan) yang dilakukan seorang pemimpin dalam menjalankan kepemimpinannya bisa jadi menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan ide, gagasan, tindakan, keputusan, sistem yang ada, struktur organisasi, proses mekanisme kerja, sumber daya manusia, budaya kerja dan organisasi serta yang lainnya.

Pada era otonomi daerah telah bermunculan pemimpin-pemimpin inovatif dengan komitmen yang kuat untuk melakukan perubahan. Pemimpin inovatif adalah individu yang menginspirasi kepercayaan di antara rekan kerja mereka, mereka telah menjadi anggota tim yang efektif dan melayani dengan baik dalam peran kepemimpinan masa lalu sebagai kolaborator, dan mereka mengambil "langkah ekstra" untuk memastikan

bahwa misi tim tercapai (Somsueb et al., 2019).

*City branding* merupakan salah satu strategi yang paling diminati dalam rangka menghadapi persaingan global di antara berbagai strategi pemasaran kota. Sebuah kota memiliki karakteristik jumlah penduduk yang besar, pemusatan kegiatan non pertanian, pusat kegiatan ekonomi (industri dan perdagangan), konsentrasi kawasan terbangun (*built up area*); masyarakat yang heterogen, memiliki pola hidup yang khusus, pusat penyebaran pengetahuan dan memiliki gaya hidup kota; terdapat berbagai lembaga sosial, ekonomi, dan politik; terdapat berbagai fasilitas umum dan fasilitas sosial, struktur dicirikan dengan adanya ruang dan jalan kota, merupakan pusat jasa pelayanan bagi lingkungan perumahan, adanya sejumlah fungsi kegiatan kota, minimal seperti pasar dan sebagainya (Karim et al., 2008).

Pada tahun 2019, Walikota Payakumbuh Riza Falepi, ST, MT memperkenalkan *city branding* bertajuk "*Payakumbuh, The City of Randang*". Walikota Payakumbuh menegaskan kepada masyarakat dunia bahwa Kota Payakumbuh adalah Kota Rendang dengan keunggulannya yaitu memiliki Kampung Rendang dan pusat pengolahan rendang secara modern dan

terstandarisasi. Sebelum Kota Payakumbuh diberikan *brand image* baru sebagai “*City of Rendang*” atau “Kota Rendang”, kota bertipikal sedang ini dijuluki sebagai “Kota Batiah” atau “Kota Galamai”. Penyebutan sebagai “Kota Batiah” atau “Kota Galamai” dilatarbelakangi karena batiah dan gelamai adalah jenis makanan spesifik yang banyak ditemui di Kota Payakumbuh, bahkan menjadi salah satu makanan tradisional dalam berbagai kegiatan adat di tengah-tengah masyarakat. Bahkan, dalam sejarahnya diketahui bahwa Menteri Dalam Negeri, Amir Machmud disajikan makanan berupa gelamai saat meresmikan Kota Payakumbuh pada tanggal 17 Desember 1970.

Konsep inovatif Walikota Payakumbuh dalam membangun *city branding* “*Payakumbuh, The City of Rendang*” sontak mengejutkan berbagai pihak. Rendang sebagai masakan tradisional, turun temurun dari nenek moyang masyarakat Minangkabau diklaim Walikota Payakumbuh sebagai *branding* kota yang dipimpinnya. Deklarasi Payakumbuh Kota Rendang pertama kali dilakukan pada tanggal 10 April 2018 dan dideklarasikan kembali pada saat peringatan HUT Kota Payakumbuh yang ke-49 pada tanggal 17 Desember 2019 dengan *tagline*

“Ingat Rendang, Ingat Payakumbuh. Berdasarkan penelusuran pada media online, Walikota Payakumbuh membangun *city branding* “*Payakumbuh, The City of Rendang*” bertujuan untuk menjadikan Kota Payakumbuh sebagai pusat produksi rendang di Indonesia serta menyelamatkan rendang dari ancaman klaim hak paten dari negara asing. Selain itu, Walikota Payakumbuh bertekad menggeliatkan bisnis rendang yang awalnya berada di jalur jual beli antara pemilik rumah makan dengan pembeli, kini menjadi komoditas ekspor yang menguasai pangsa pasar kuliner baik skala nasional maupun global. Disamping itu, juga dikarenakan “batiah” sebagai makanan sudah mulai ditinggalkan akibat perubahan selera masyarakat yang lebih cenderung memilih kuliner kekinian.

Kepemimpinan inovatif Walikota Payakumbuh dalam membangun *city branding* “*Payakumbuh, The City of Rendang*” merupakan fokus tulisan ini. Hasil pengamatan awal, kepemimpinan Walikota Payakumbuh belum cukup inovatif dalam membangun *branding* kota yang dipimpinnya, walaupun sudah ada beberapa program strategis yang dijalankan. Terdapat beberapa asumsi yang menyertai, pertama adalah masalah kepemimpinan sudah dipahami

sebagai suatu yang substansi yang sering diidentikkan dengan kepentingan politik sehingga pembangunan *city branding* dianggap tidak memberikan dampak kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kedua adalah Walikota Payakumbuh dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang” tidak didasarkan pada alasan yang tepat dan belum memberdayakan pelaku IKM rendang. Ketiga adalah masyarakat sudah terbiasa dengan sebutan Kota Payakumbuh sebagai “Kota Galamai” dan lambat laun juga dikenal sebagai “Kota Batiah”. Lebih jauh, media online memberitakan bahwa *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang” tidak merefleksikan keadaan Kota Payakumbuh. Beberapa diantaranya seperti dikutip pada laman <https://www.jernihnews.com> yang menyampaikan keluhan wisatawan yang tidak menemukan rumah makan yang menawarkan randang sebagai menu spesifik di Kota Payakumbuh. Dengan demikian, peneliti akan menjelaskan bagaimana kepemimpinan inovatif Walikota Payakumbuh dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”.

Kepemimpinan adalah aktivitas para pemegang kekuasaan dan pembuat keputusan (Dubin dalam Enceng dkk,

2014). Berkaca dari keberhasilan reformasi birokrasi di negara-negara Korea Selatan, China dan Thailand ditemukan tiga faktor kunci (*critical success factors*) dalam reformasi tata kelola negara, yaitu: (1) adanya kepemimpinan yang kuat; (2) adanya komitmen dan kesepahaman bersama yang kuat; dan (3) adanya agenda reformasi yang jelas, bertahap dan terukur. Dari ketiga faktor tersebut, faktor kepemimpinan merupakan kunci pembuka kotak pandora, bagi perbaikan faktor-faktor lainnya. Pemimpin pemerintahan merupakan pemimpin formal, yang oleh organisasi pemerintah ditunjuk (berdasarkan surat-surat keputusan pengangkatan dari organisasi yang bersangkutan) untuk memangku sesuatu jabatan dalam struktur organisasi yang ada, dengan segala hak dan kewajiban yang berkaitan dengannya, untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi tersebut yang ditetapkan sejak semula (Winardi dalam Enceng, 2014). Pemimpin pemerintahan seyogianya memiliki perilaku kepemimpinan yang tertuju pada peningkatan empat kapasitas berikut: a) kepekaan terhadap situasi lingkungan, yaitu kemampuan untuk membaca perkembangan yang terjadi di sekitarnya sehingga bisa secara tepat mengantisipasi kecenderungan

perubahan yang akan dihadapi; b) penjagaan atas moral masyarakat, yaitu kemampuan untuk menahan diri agar tidak terjebak melakukan sesuatu yang dapat menciptakan atau meningkatkan keresahan dalam masyarakat; c) keterbukaan pikiran, yaitu kemampuan untuk memahami bahwa dalam interaksi politik, khususnya dalam pertarungan kepentingan, tidak ada “kebenaran” yang bersifat tunggal, dan tidak ada sesuatu kelompok yang memiliki hak monopoli atas kebenaran; dan d) mendengar, mempelajari dan menterjemahkan suara orang banyak yaitu kemampuan untuk dekat dan mau repot mengurus kepentingan orang banyak (Ryas Rasyid dalam Enceng, 2014).

Ada tiga kriteria yang dapat digunakan dalam memilih pemimpin pemerintahan yang diharapkan dapat menjadi pemimpin, yakni kapabilitas, kompatibilitas dan akseptabilitas (Wasistiono dalam Enceng, 2014). Kualitas kepemimpinan pemerintahan dalam kaitan ini merujuk pada kapasitas seseorang untuk membangun kesadaran kolektif dari suatu komunitas atas keperluan mewujudkan cita-cita tertentu. Ia berkenaan dengan kemampuan menggerakkan seluruh potensi dan energi yang dimiliki oleh komunitas itu agar dapat secara

konsisten mendukung pencapaian tujuan (Rasyid dalam Enceng, 2014). Pemimpin mempunyai pengaruh yang besar terhadap keberhasilan organisasi dalam menghadapi tantangan yang muncul (Schein dalam Enceng, 2014). Pengalaman dari Negara-negara di Asia menunjukkan bahwa kepemimpinan pemerintahan menjadi kunci perubahan. Keberhasilan Malaysia dan Singapura menjadi Negara yang mampu memberikan pelayanan publik yang berkualitas terutama karena faktor kepemimpinan (<http://www.stialan.ac.id>).

Keberhasilan suatu pemerintahan mengemban tugas dan tanggung jawabnya ditentukan oleh dua faktor, yaitu: a) kemampuan para pemimpin dan pendukungnya mengidentifikasi berbagai kebutuhan dan peluang yang terbuka bagi pencapaian tujuan. Ini mencakup kualitas dan motivasi dari seluruh sumber daya yang dimiliki organisasi; b) tingkat efektifitas dan efisiensi yang dapat dicapai dalam membawakan peran-peran yang sudah disepakati. Ini berkenaan dengan cara pengorganisasian, kebijakan-kebijakan yang dilaksanakan dan jaringan sistem yang terbangun (Rasyid dalam Enceng, 2014).

Kepemimpinan inovatif yaitu kepemimpinan yang memiliki kemauan

dan kemampuan untuk melakukan inovasi dengan komitmen untuk menjaga stabilitas dalam menyebarkan budaya inovasi dalam lokal pemerintahan (Anas & Abdullah, 2021). Kepemimpinan inovatif adalah suatu proses untuk mewujudkan pelbagai usaha pembaharuan dan perbaikan segala bidang dalam upaya mencapai tujuan organisasi sehingga dapat memengaruhi atau mengarahkan orang untuk melakukan upaya tersebut (Kusuma, 2017). Dengan demikian, dapat disimpulkan beberapa pengertian terkait kepemimpinan inovatif, sebagai berikut: a) kepemimpinan inovatif adalah jenis kepemimpinan dengan karakter yang memungkinkan untuk munculnya inovasi dan membuat inovasi tersebut tumbuh subur dalam organisasi yang dipimpin; b) kepemimpinan inovatif adalah suatu proses untuk mewujudkan pelbagai usaha pembaharuan dan perbaikan segala bidang dalam upaya mencapai tujuan organisasi sehingga dapat memengaruhi atau mengarahkan orang untuk melakukan upaya tersebut; dan c) kepemimpinan inovatif adalah kemampuan seseorang (pemimpin) dalam memengaruhi, menggerakkan, memotivasi orang lain (yang dipimpin) dalam melakukan pembaharuan atau

perubahan ke arah yang lebih baik dalam mencapai tujuan bersama.

Hasil penelitian (Somsueb et al., 2019) menyimpulkan elemen-elemen yang mencirikan kepemimpinan inovatif dari 17 referensi yang diteliti, ditemukan bahwa ada 35 komponen utama dari kerangka teori yang menunjukkan bahwa ada banyak unsur yang mencirikan kepemimpinan inovatif. Namun, ketika dilihat dari frekuensinya, ditemukan bahwa ada empat komponen utama pengukuran kepemimpinan inovatif, yaitu (a) visioner, (b) kolaborasi kerjasama, (c) pengambilan risiko, dan (d) berorientasi pada perubahan. Peneliti selanjutnya mensintesis sub-komponen dari setiap komponen kunci. Model pengukuran visioner, meliputi visi yang jelas, komunikasi visi, antusiasme, membangun hubungan, penetapan tujuan dan nilai misi; Model pengukuran kolaboratif, meliputi pengambilan keputusan kolaboratif, pemberdayaan, keterbukaan, tujuan bersama dan alokasi sumber daya; Model pengukuran pengambilan risiko mencakup pengambilan keputusan, pembelajaran terus-menerus, kepercayaan diri, akseptabilitas dan risiko yang diperhitungkan; dan model pengukuran berorientasi perubahan meliputi motivasi, keterampilan

komunikasi yang baik, kesatuan, kecerdasan emosional dan kegigihan.

*City branding* merupakan upaya memposisikan kota di tengah persaingan global yang intens sebagai tanggapan terhadap dinamika ekonomi, politik, dan sosial (Karim et al., 2008). *City branding* adalah mengenai kesengajaan menciptakan, mengembangkan dan menunjukkan nilai yang tepat melalui 'on-brand' actions, yang terdiri dari investasi, rencana fisik dan ekonomi, program atraksi, kegiatan, komunikasi dan sejenisnya (Karim et al., 2008). *City branding* adalah tentang mengidentifikasi satu set *brand attributes* yang dimiliki sebuah kota sesuai urutan untuk membentuk sebuah dasar yang digunakan untuk menghasilkan persepsi positif dari banyak *audiences* (Karim et al., 2008). *City branding* digunakan sebagai sarana, baik untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam rangka meningkatkan investasi masuk dan pariwisata juga sebagai sarana mencapai pengembangan masyarakat, memperkuat identitas lokal dan identifikasi warga dengan kota mereka dan mengaktifkan semua kekuatan sosial untuk menghindari perpecahan (Hidayat, 2014).

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian-penelitian sebelumnya,

terdapat gap yang cukup tajam mengenai kepemimpinan inovatif. Sebagian besar artikel-artikel yang sudah terbit tidak membahas secara spesifik mengenai dimensi kepemimpinan inovatif. Hasil studi pendahuluan yang dilakukan peneliti menemukan bahwa kepemimpinan inovatif yang dibahas pada umumnya hanya bentuk-bentuk inovasi kepemimpinan saja, dan tidak spesifik pembangunan *city branding*.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan deskriptif kualitatif. *Setting* penelitian ini adalah Pemerintah Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini dimulai bulan November 2018 sampai dengan Desember 2021.

Dalam penelitian ini sumber data diperoleh dari subyek yang digolongkan menjadi: (1) Sumber data person yaitu orang-orang yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dalam hal ini Walikota Payakumbuh selaku narasumber utama dan beberapa orang lainnya sebagai informan; (2) Sumber data dari tempat yang diteliti adalah tempat yang diteliti dalam hal ini adalah Pemerintah Kota Payakumbuh yang berupa fasilitas dan sarana prasarana; (3) Sumber data yang diteliti yaitu

berupa dokumen yaitu arsip-arsip data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini adalah arsip-arsip dan data umum yang berhubungan dengan kepemimpinan inovatif kepala daerah.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan tiga metode, yaitu: (1) pengamatan atau observasi, (2) wawancara, dan (3) dokumentasi. Ketiganya diperlukan dalam rangka untuk mendapatkan data yang lebih memadai, sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik deskriptif kualitatif. Prosedur analisis data dilaksanakan melalui beberapa tahap yaitu pengorganisasian data, pengumpulan data, reduksi data, verifikasi data, analisis data dan membuat kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, kepemimpinan inovatif Walikota Payakumbuh dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang” dapat dilihat melalui empat dimensi.

Pertama, *visioner*. Walikota Payakumbuh memiliki visi yang jelas dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”.

Visi ini dituangkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Payakumbuh Tahun 2017-2022 yaitu: “Payakumbuh Maju, Sejahtera dan Bermartabat, dengan semangat Kebersamaan menuju Payakumbuh Menang. Pemimpin visioner adalah seseorang yang memiliki visi jauh ke depan; para pemimpin dituntut untuk menciptakan, merumuskan, mentransformasikan, mensosialisasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi visi untuk perkembangan organisasi (Komariah dalam Komariah, 2013). Sebuah organisasi yang ingin maju dan kompetitif harus mempunyai visi yang jelas, dipahami oleh semua anggotanya (Wahyudi dalam Nasution, 2016). Walikota Payakumbuh dalam berbagai kesempatan berupaya mengkomunikasikan visinya dalam membangun *city branding* kota kepada stakeholder terkait. Jika anggota dalam perusahaan tersebut menjalin komunikasi dengan baik maka perusahaan tersebut mempunyai peluang besar untuk meraih keberhasilan (Lu dkk dalam Ambarwati dan Raharjo, 2018). Antusiasme Walikota Payakumbuh dalam membangun Kota Payakumbuh sebagai Kota Rendang semakin jelas pada periode kedua masa jabatannya. Lebih lanjut, Walikota Payakumbuh juga figur



kepala daerah yang mampu membangun hubungan yang baik dengan DPRD Kota Payakumbuh, terutama dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”. Output dari adanya hubungan yang baik ini diwujudkan dalam bentuk komitmen anggaran. Inovasi dan kreativitas kepala daerah dalam membuat kebijakan yang akan diimplementasikan dalam program-program kerja akan berdampak langsung kepada masyarakat (Nasution & Kushandajani, 2019). Namun, kondisi yang berbeda ditemui terkait *city branding* Kota Payakumbuh. Walikota Payakumbuh mampu memfasilitasi lahirnya produk rendang yang terstandarisasi dan tersertifikasi, seperti memiliki label halal, memiliki sertifikat ISO dan lulus pemeriksaan BPOM. Walikota Payakumbuh sangat ambisius, tapi juga realistis. Ia mengambil resiko-resiko yang terukur dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”.

*Kedua, kolaboratif.* Walikota Payakumbuh merupakan pemimpin yang kolaboratif dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”. Walikota Payakumbuh merasa senang ketika semua pihak terlibat dalam merumuskan konsep *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”. Walikota Payakumbuh suka

berdiskusi dengan para pelaku usaha dan pemuka masyarakat, termasuk dalam usaha menumbuhkan partisipasi dalam proses pengambilan keputusan untuk menemukan cara membantu pelaku IKM rendang memecahkan masalah yang dihadapi. Ia berpendapat bahwa salah satu aspek yang paling menguntungkan dari mengajak berbagai stakeholder berbeda dalam hal ini adalah mendapatkan beberapa perspektif atau sudut pandang yang berbeda. Penerapan kepemimpinan kolaboratif pada kenyataannya mempunyai hambatan-hambatan. Oleh karenanya, penting bagi pemimpin organisasi untuk memahami dan mencari solusi atas hambatan yang terjadi. Hambatan-hambatan tersebut misalnya terkait dengan proses kolaborasi yang bisa memakan waktu lama dan sering bertentangan dengan struktur organisasi tradisional bahkan bisa berupa ketidaksepakatan tujuan diantara pemimpin. Salah satunya seperti yang disampaikan oleh Ketua Komisi B DPRD Kota Payakumbuh sebagai berikut:

“Saya termasuk orang yang mengkritisi keputusan Walikota Payakumbuh dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang. Beberapa kali rapat dengan Pemerintah Kota Payakumbuh, saya

selalu mempertanyakan hal ini. Apa alasan Walikota Payakumbuh memberi julukan Kota Payakumbuh sebagai Kota Randang. Karena selama ini kita tahunya Payakumbuh itu Kota Gelamai/ Kota Batiah. Pesan saya satu saja, apa yang sudah ada, jangan sampai hilang. Tentu keseimbangan perlu dijaga. Lain Walikota, tentu lain pula kebijakannya. Saya cukup paham dan menghargai itu.”

Kepemimpinan kolaboratif mampu mengatasi masalah-masalah dalam organisasi akibat adanya kompleksitas tugas, teknologi dan perkembangan organisasi serta kebutuhan untuk mengelola saling ketergantungan (Kasmawati, 2021). Dalam konteks pemberdayaan, kepemimpinan inovatif Walikota Payakumbuh dalam membangun *city branding* telah bergerak ke arah pemberdayaan pelaku IKM rendang. Pemberdayaan merupakan proses pengambilan keputusan oleh orang-orang yang secara konsekuen melaksanakan keputusan tersebut. Namun, kondisi ideal pemberdayaan dimaksud masih harus diusahakan oleh Walikota Payakumbuh, sebagaimana disampaikan oleh Ketua Komisi B DPRD Kota Payakumbuh sebagai berikut:

“Kami melihat bahwa kebutuhan pelaku IKM rendang kita hari ini yaitu

pemberdayaan. Karena kita tahu, pelaku IKM rendang di Kota Payakumbuh sudah punya pasar sendiri-sendiri sehingga ada indikasi pembentukan Sentra IKM Randang menjadi bertentangan dengan konsep pemberdayaan itu sendiri. Tujuan pembentukan Sentra IKM Randang tidak jelas, apakah sebagai sentra produksi atau bagaimana. Kalau iya sebagai sentra produksi tentu ini kontra sekali dengan konsep pemberdayaan. Jangan sampai muncul persaingan tidak sehat. Pemkot perlu mempertimbangkan juga pelaku IKM rendang yang tidak bergabung di Sentra IKM Randang, bagaimana pemberdayaan untuk mereka. Terutama bagi pelaku IKM rendang yang manajemen dan modalnya lemah“.

Walikota Payakumbuh memahami kebutuhan pelaku IKM rendang dengan cara turun ke lapangan langsung ke lokasi usaha, ke warung/ kedai, kelompok masyarakat dan lain-lain dengan tujuan mendapatkan data yang lengkap dan riil. Berbagai masukan dalam hal pembangunan *city branding*, “*Payakumbuh The City of Randang*” disampaikan oleh beberapa pelaku IKM rendang kepada pemerintah daerah, salah satunya untuk membantu memperbanyak mitra kerja dengan pihak lain seperti: travel tour, media

online, pengusaha, masyarakat dan lainnya agar memperluas dan mempermudah dalam pemasaran produk randang serta mendapatkan calon *buyer* yang banyak. Lebih lanjut, Ketua Komisi B DPRD Kota Payakumbuh menyatakan sebagai berikut:

“Dalam memajukan pelaku IKM rendang, yang kita perlukan adalah kolaborasi. Kita memiliki tujuan untuk membangun ekonomi kerakyatan berbasis UMKM sehingga memiliki *multiply effect* ke berbagai sektor. Pemerintah Kota hendaknya mengklasifikasi UMKM kita sehingga nanti bisa menjadi kekuatan besar. UMKM kita tidak hanya rendang, banyak yang lainnya, termasuk batiah dan randang. Jika dihubungkan dengan *city branding*, rendang baru sekedar ikon kuliner, belum ikon UMKM. Saya sepakat jika *city branding* Kota Payakumbuh sebagai Kota Randang dilakukan evaluasi. *Branding* Kota Randang tidak mewakili semua sektor produksi UMKM.”

Walikota Payakumbuh adalah pribadi yang terbuka. Konsep kepemimpinan inovatif mengarah kepada kepemimpinan yang efektif yakni kepemimpinan yang menjadi panutan, perintis, penyelaras, dan pembudaya sehingga melahirkan

pemimpin yang memiliki prinsip kuat dan berkarakter (Djafri et al., 2020).

Seorang pemimpin dengan kecerdasan emosional yang tinggi juga memiliki sikap yang terbuka, transparan, akomodatif, konsisten, satu kata dengan perbuatan, menepati janji, jujur, adil dan berwibawa (Setiadi & Tampubolon, 2020). Dalam hal pengalokasian sumber daya, Walikota Payakumbuh sudah berupaya mengalokasikan sumber daya dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang” dan berhasil melahirkan solusi bagi persoalan yang dihadapi para pelaku IKM rendang. Alokasi sumber daya yaitu mencakup penyediaan dan fasilitas terhadap bagian organisasi seperti divisi departemen atau unit bisnis karena mereka inilah yang melaksanakan strategi tersebut (Sulastri & Rifa’i, 2019). Fungsi kepemimpinan dalam pemerintahan kolaboratif adalah membantu stakeholder menemukan solusi yang bersifat *win-win*, pemimpin adalah fasilitator atas proses kolaboratif (Wargadinata, 2016). Hal ini seperti dinyatakan Walikota Payakumbuh sebagai berikut:

“Konsep yang saya pegang dalam membangun *city branding*, “Payakumbuh, The City of Randang” ini adalah bahwa kita selaku pemerintah

daerah hanya sebagai fasilitator bagi pengusaha/ IKM Randang. Pengusaha lah yang akan *bakatumpeh* setiap hari. Kami hanya menciptakan iklim usaha yang baik, peluang/ *opportunity* serta memastikan produk tersertifikasi. Ada porsi pemerintah daerah, ada porsi swasta. Porsi swasta tidak bisa kita ambil. Disinilah diperlukan kolaborasi antara pemerintah daerah dengan swasta”. Kita juga berikan *support*, seperti membangun kerjasama dengan UNP dalam hal penyediaan pendidikan vokasional randang/masakan minang. Termasuk BPOM Wilayah Sumatera kita tarik ke Payakumbuh. Kami menyadari *supply chain* produksi randang ini cukup panjang, termasuk *supply* daging yang masih belum bisa terpenuhi. Oleh karena itu, pengusaha kita memanfaatkan saja semua peluang. Intinya, proses bisnis jalan, proses administrasi juga jalan.

Oleh karena itu, ke depannya Walikota Payakumbuh perlu memaksimalkan pengalokasian sumber daya yang ada. Pengalokasian sumber daya adalah aktivitas sentral dalam manajemen memungkinkan eksekusi terhadap strategi, manajemen strategi memungkinkan sumber daya yang bisa dialokasikan berdasarkan prioritas yang dibuat dalam tujuan tahunan (Sulastrri & Rifa'i, 2019). Disamping itu, Walikota

Payakumbuh hendaknya selalu menciptakan budaya untuk terus mendengar ide, menerima gagasan dan menghormati pemikiran yang baik dari semua pihak dalam struktur organisasi. Dengan demikian, kepemimpinan inovatif Walikota Payakumbuh dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang” pada dimensi kolaboratif ini masih perlu ditingkatkan.

*Ketiga, pengambilan resiko.* Walikota Payakumbuh merupakan pemimpin yang mau mengambil resiko dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”. Pemimpin yang ideal salah satunya pemimpin yang bertanggung jawab (Ambarwati & Raharjo, 2018).. Pemimpin selalu berjiwa besar, menerima kritik dan selalu mengambil tanggungjawab atas semua keputusan yang ia ambil. Serta tidak pernah mencari kambing hitam atau menyalahkan orang di sekitarnya (Ambarwati & Raharjo, 2018). Pemimpin harus keluar dari *out of the box* dalam menemukan solusi dan selalu memiliki pandangan jauh ke depan serta memiliki pengetahuan yang luas, sehingga bisa diandalkan untuk memberikan solusi (Ambarwati & Raharjo, 2018). Dalam mengatasi persoalan klasik yang ditemui oleh para

pelaku IKM rendang, Walikota Payakumbuh telah melakukan beberapa kebijakan inovatif berupa Gerakan Ekonomi Bersama “*Payakumbuh, The City of Randang*”, transformasi kebijakan anggaran, peningkatan sarana dan prasarana produksi melalui Kampung Randang, penerapan teknologi produksi melalui Sentra IKM Randang, peningkatan kualitas produksi melalui standarisasi produk, promosi internasional, kerjasama perdagangan dan publikasi *online/offline*. Walikota Payakumbuh merupakan tipe pemimpin yang senantiasa belajar. Pada zaman modern sekarang pemimpin birokrasi pemerintahan harus memiliki kemampuan memberi respon terhadap berbagai perubahan yang berlangsung dalam masyarakat dan memiliki perilaku yang bersifat pembaharu (Rasyid dalam Enceng, 2014). Perilaku seperti itu bisa terbentuk melalui kemampuan berprakarsa, melahirkan ide-ide baru dan mengupayakan perwujudannya, atau melalui kemampuan memberi respon positif terhadap ide-ide pembaharuan yang justru datang dari masyarakat. Pemimpin hanya mungkin dapat bertahan di era sekarang ini, jika mereka berkembang seiring perubahan waktu (Warren Bennis dalam Enceng, 2014). Walikota Payakumbuh sangat

percaya diri dalam membangun *city branding*. Hal ini seperti dinyatakan Walikota Payakumbuh sebagai berikut:

“Saya menjadi kepala daerah yang pertama di Sumatera Barat yang meng-*claim* kota saya dengan “*Payakumbuh, City of Randang*”. Dalam beberapa pertemuan di tingkat kepala daerah saya ditanya sekaligus ditantang oleh kepala daerah lainnya, yang notabene, semua kabupaten/ kota di provinsi ini memiliki tradisi masakan randang, apa kelebihan Kota Payakumbuh sebagai Kota Randang. Saya jelaskan bahwa kami sudah memproses dengan standar pengolahan yang tersertifikasi.

Walikota Payakumbuh memiliki semangat tidak takut gagal dalam membangun *city branding* “*Payakumbuh, The City of Randang*” walau berhadapan dengan berbagai resiko, mulai dari regulasi yang belum mendukung, ketersediaan sumber daya yang terbatas, berhadapan dengan kompetitor dan berbagai tantangan lain. Hal ini seperti dinyatakan Walikota Payakumbuh sebagai berikut:

“Saya tidak perlu banyak visi dan misi, tidak perlu banyak program, yang penting satu per satu jadi. Dalam masa bhakti saya dua periode, tentu saya perlu berpikir realistis, mana urusan yang penting untuk saya dahulukan. Awal-awal saya menjabat, saya urus

infrastruktur, pendidikan, kesehatan dan perizinan. Dalam waktu berjalan, saya mulai urus yang tematik seperti *city branding* ini. Kota Payakumbuh punya peluang untuk membangun pusat ekonomi berbasis jasa. Kami melihat Kota Bukittinggi sudah melimpah dari berbagai sisi. Jadi kita memanfaatkan cipratan saja. Sederhananya, tidak bekerja saja kita dapat hasilnya, apalagi bekerja. *City branding* ini perlu kita urus. Kalau tidak diurus, ya rugi. Kita sudah memperkenalkan randang kita ke berbagai daerah dan negara lain. Mudah-mudahan dengan berjalannya waktu ini akan menjadi populer. Memang tidak ada yang instan.”

*Keempat, berorientasi pada perubahan.* Walikota Payakumbuh merupakan pemimpin yang berorientasi pada perubahan dalam membangun *city branding* “*Payakumbuh, The City of Randang*”. Kepemimpinan berkaitan dengan kepentingan publik atau kebutuhan masyarakat yang dinamis (Thamrin et al., 2020). Pemimpin perubahan akan mengarahkan organisasinya menjadi organisasi pembelajar. Yakni organisasi yang memiliki kemampuan untuk melihat ke depan dan merespons perubahan baik internal maupun eksternal (Henriyani, 2013). Walikota Payakumbuh cenderung memberikan *feedback* yang

jujur, terus terang dan apa adanya, walaupun terkadang sangat tajam dan kritis dalam membangun *city branding* “*Payakumbuh, The City of Randang*”. Karakter kepemimpinan kepala daerah seperti ini akan membangun kepercayaan dalam tim, sehingga semua memahami masalah dan tantangan yang sedang dan akan dihadapi. Motivasi adalah proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan (Tirtayasa, 2019). Seorang pemimpin ialah motivator, pemimpin harus mampu memberi motivasi kepada anggota-anggotanya, agar mereka menjalankan tugas-tugasnya dengan penuh semangat dan penuh dedikasi dan tanggung jawab (Ambarwati & Raharjo, 2018). Dan pemimpin yang baik itu ia yang tidak segan memberi pujian penghargaan kepada anggotanya. Walikota Payakumbuh mampu menginspirasi banyak orang terutama dalam hal ini adalah para pelaku IKM rendang untuk menjadi sukses dengan mengandalkan kreativitas dan inovasi. Walikota Payakumbuh mampu membangun tim yang solid, hubungan yang hangat antar tim dan sangat terbuka dan mampu berkomunikasi dengan sangat baik. Disamping itu, tingkat kecerdasan emosional Walikota

Payakumbuh cukup tinggi, ia memiliki sifat tidak tergesa-gesa dalam mengambil keputusan, lebih mengutamakan rasio daripada emosi, tidak reaktif apabila mendapatkan kritik dari orang lain, tidak merasa dirinya paling pintar dan paling benar serta rendah hati atau *low profile*. Syarat yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin yang efektif adalah kecerdasan emosional (Setiadi & Tampubolon, 2020). Serangkaian studi menunjukkan bahwa orang yang secara intelektual cerdas sering kali bukan orang yang paling berhasil dalam pekerjaannya maupun dalam kehidupan pribadinya (Setiadi & Tampubolon, 2020). Lebih lanjut, Walikota Payakumbuh memiliki kemampuan intelektual, kemampuan memimpin dan kemampuan mengakomodir kebutuhan masyarakat serta berwibawa. Dengan kecerdasan emosional berarti ia pandai mengelola emosi diri maupun emosi orang lain, sehingga proses perubahan dapat berjalan efektif (Juliani, 2016). Pemimpin yang gigih tidak akan mudah menyerah, tantangan akan dijadikan kawan dan masalah akan dijadikan sahabat (Dasep, 2020). Walikota Payakumbuh memiliki kegigihan dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”. Dengan anggaran yang terbatas,

Walikota Payakumbuh memperjuangkan dengan maksimal bagaimana produk IKM rendang Kota Payakumbuh bisa diterima di pasar nasional dan internasional, yang senantiasa dikawal mulai dari pengolahan, pengemasan hingga pemasaran agar semua tahapan sesuai standar. Bahkan, Walikota Payakumbuh turut langsung mendampingi pelaku IKM rendang menandatangani kesepakatan bisnis dengan pihak luar negeri.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan inovatif Walikota Payakumbuh dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang” dapat dijelaskan sebagai berikut:

Walikota Payakumbuh adalah kepala daerah yang visioner. Ia memiliki visi yang jelas dan dikomunikasikan dengan baik, antusiasme, membangun hubungan, menetapkan tujuan dengan baik dan memiliki nilai misi.

Walikota Payakumbuh adalah kepala daerah yang kolaboratif, namun dalam hal pengambilan keputusan kolaboratif, pemberdayaan, tujuan bersama dan alokasi sumber daya masih

perlu dioptimalkan. Dimana berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa belum ada produk hukum setingkat peraturan daerah yang menetapkan tentang *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”. Disamping itu, pemerintah daerah masih belum optimal melakukan pemberdayaan terhadap pelaku IKM randang, konsep “Payakumbuh, The City of Randang” belum menjadi tujuan bersama dan masih perlu dilakukan evaluasi secara menyeluruh. Lebih lanjut, penganggaran dan personil yang disediakan pemerintah daerah untuk pengelolaan *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang” belum dialokasikan dalam jumlah yang cukup.

Walikota Payakumbuh adalah kepala daerah yang mau mengambil resiko. Ia mampu mengambil keputusan, tipe pembelajar, percaya diri, akseptabilitas dan mampu memperhitungkan resiko dengan baik.

Walikota Payakumbuh adalah kepala daerah yang berorientasi perubahan. Ia mampu memotivasi bawahan dan pelaku IKM rendang, memiliki keterampilan komunikasi yang baik, memiliki kecerdasan emosional dan komitmen.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti

lakukan, disarankan kepada Walikota Payakumbuh untuk dapat lebih mengembangkan dimensi kolaborasi dalam melaksanakan kepemimpinan inovatif dalam membangun *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”, dalam bentuk sebagai berikut:

Walikota Payakumbuh mempersiapkan rancangan peraturan daerah yang menetapkan tentang *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang” untuk kemudian dibahas dan ditetapkan bersama DPRD Kota Payakumbuh sebagai peraturan daerah.

Walikota Payakumbuh agar mengoptimalkan pemberdayaan kepada seluruh pelaku IKM rendang yang ada di Kota Payakumbuh.

Walikota Payakumbuh mengevaluasi kembali proses pembangunan *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang” sambil merangkul lebih banyak pihak untuk bergerak menuju tujuan yang sama.

Walikota Payakumbuh bersama DPRD Kota Payakumbuh mempersiapkan penganggaran dan personil yang cukup untuk pembangunan *city branding* “Payakumbuh, The City of Randang”.

<http://journal.unismuh.ac.id/index.php/kolaborasi>



## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada Walikota Payakumbuh yang telah bersedia sebagai narasumber utama dalam penelitian ini.

## REFERENSI

### Buku

- Chalim, A. S. (2012). *Urgensi Kepemimpinan Inovatif (Menyiapkan Sekolah Bernuansa Islam Tetap Eksis di Era Globalisasi)*. Surabaya: Ponpes Jagad Alimussirry
- Dasep S, A. (2020). *T. SPEAK to LEAD: 28 Strategi Komunikasi Pemimpin untuk Mencapai Tujuan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Enceng, Aslichati, L., Wulandari, F. R., Purwanto, A. J. (2014). *Kepemimpinan*. Tangerang Selatan: Penerbitan Universitas Terbuka.

### Jurnal

- Ambarwati, A., & Raharjo, S. T. (2018). Prinsip Kepemimpinan Character of A Leader pada Era Generasi Milenial. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 2(2), 114. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v2i2.1151>
- Anas, A., & Abdullah, M. T. (2021). Kepemimpinan inovatif dalam pelaksanaan program swasembada pangan nasional di Kabupaten Bone. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(2), 90–99. <https://doi.org/10.26905/pjiap.v6i2.6091>
- Chalim, A. S., Hartono, D., & Munawaroh. (2012). Urgensi Kepemimpinan Inovatif Menyiapkan Sekolah Bernuansa Islam Tetap Eksis di era globalisasi. 1–96.
- Djafri, N., Arwildayanto, A., & Suling, A. (2020). Manajemen Kepemimpinan Inovatif pada Pendidikan Anak Usia Dini dalam Perspektif Merdeka Belajar Era New Normal. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(2), 1441–1453. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i2.901>
- Henriyani, E. (2013). Pemimpin dan budaya organisasi di era perubahan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hidayat, N. (2014). *City Branding Kabupaten Banyuwangi*. *Repository Universitas Jember*, 3(1), 420–429. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/71857>
- Juliani, R. D. (2016). Peran Pemimpin dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Melalui Kemampuan Memotivasi, Membangun Hubungan yang Efektif, Merencanakan dan Menerapkan Perubahan Dalam Organisasi. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 01(01), 1–19.
- Karim, M. Y., Pontoh, N. K., Putra, B. D., Agung, M., Cipta, S., Air, T., & Sunyaragi, G. (2008). Potensi Kota Cirebon Yang Mendukung Pembentukan City Branding. *I*, 154–162.
- Kasmawati, Y. (2021). Kepemimpinan Kolaboratif: Sebuah Bentuk Kepemimpinan Untuk Sekolah. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(2), 197–207. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i2.5120>
- Kusuma, H. B. (2017). Kepemimpinan Inovatif Dalam Mewujudkan Inovasi Pelayanan Publik. *Jurnal Transformasi Administrasi*,

- September, 1274–1292.  
<http://jta.lan.go.id/index.php/jta/article/view/46>
- Nasution, F. A., & Kushandajani, K. (2019). Partisipasi Politik Masyarakat Kecamatan Medan Maimun Pada Pemilihan Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 7(2), 227.  
<https://doi.org/10.31289/jppuma.v7i2.3015>
- Setiadi, F., & Tampubolon, L. H. (2020). Pengaruh Kecerdasan Emosional (EQ) Terhadap Kepemimpinan Yang Efektif (Studi Kasus Pada Divisi Accounting & Management Information System Di Bank Swasta International, Tbk). *Jurnal Transaksi*, 12(1), 1–16.
- Somsueb, A., Sutheejariyawatana, P., & Suwannoi, P. (2019). Indicators of Innovative Leadership for Secondary School Principals: Developing and Testing the Structural Relationship Model. *International Education Studies*, 12(2), 11.  
<https://doi.org/10.5539/ies.v12n2p11>
- Sulastri, A., & Rifa'i, M. (2019). Strategi Pemimpin Dalam Pengelolaan Perubahan Organisasi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 19–38.
- Thamrin, M. H., Nasution, M. A., & Nasution, F. A. (2020). Problematik Data Pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kota Medan. *Jurnal Sosial Politik*, 6(2), 157–167.  
<https://doi.org/10.22219/sospol.v6i2.11367>
- Tirtayasa, A. dan. (2019). The Influence of Leadership, Organizational Culture, and Motivation on Employee Performance. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 45–54.
- Wargadinata, E. (2016). Kepemimpinan Kolaboratif. *Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah*, 8(1), 1–12.

#### Media Online

<https://www.jernihnews.com/berita/2169/tak-ada-rumah-makan-spesifik-randang-di-payakumbuh-bagaimana-city-of-randang.html>