

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian suatu negara, tidak terkecuali Indonesia. Jumlah pelaku usaha industri UMKM Indonesia termasuk paling banyak di antara negara lainnya, terutama sejak tahun 2014. Jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan dari tahun 2015, 2016 hingga tahun 2022 jumlah pelaku UMKM di Indonesia akan terus mengalami pertumbuhan. Menurut (Kementerian Menengah, 2020) terdapat sekitar 19,5 juta pelaku UMKM di Indonesia di tahun akan datang serta beberapa tahun ke depan diperkirakan jumlah pelaku UMKM akan terus bertambah.

Sektor UMKM adalah hal utama yang mendorong pertumbuhan pekerjaan dalam perekonomian suatu negara. Pertumbuhan UMKM jasa, produk makanan, produk pertanian, konstruksi, dan sebagainya, telah dianggap sebagai mesin penumbuh dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian. Pengaruh globalisasi terhadap usaha kecil dan menengah telah menerima lebih banyak perhatian daripada jenis perusahaan lainnya di kalangan internasional karena UMKM memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian kedua negara berkembang dan dikembangkan.

Strategi bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Pada dasarnya keunggulan bersaing tumbuh dari nilai yang dapat diciptakan perusahaan bagi pembelinya. Untuk menciptakan dan membentuk nilai tersebut dibutuhkan berbagai perencanaan matang serta strategi

yang tepat, salah satunya adalah pengelolaan manajemen yang baik. Dalam melakukan strategi bersaing, pemilik UMKM inovasi dan kreativitas kewirausahaan dalam menjalankan usahanya. Inovasi dan kreativitas memegang peranan penting agar sebuah usaha dapat bertahan di pasar, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro dan Kecil dan Menengah (UMKM). Di perlukan dukungan dari berbagai pihak untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas sebagai unsur penting dalam kewirausahaan. Permasalahan mengenai strategi bersaing pada *Redpoint Food Truck*, adalah yang pertama mengenai harga. Pada *Redpoint Food Truck* ini memiliki harga yang lebih mahal dari pemilik burger lainnya, untuk dapat melihat harga burger dari *Redpoint Food Truck* dengan kompotitor lainnya, dapat melihat tabel di baawah ini sebagai berikut :

Tabel 1.1
Harga Burger *Redpoint Food Truck*

No	Menu	Harga <i>Redpoin Food Truck</i>	Harga Kopotitor Lain
1	Chicken Burger	Rp. 20.000	Rp. 17.000
2	Beff Burger	Rp. 25.000	Rp. 20.000
3	Double Chicken Burger	Rp. 30.000	Rp. 25.000
4	Double Beff Burger	Rp. 40.000	Rp. 30.000

Sumber : *Redpoin Food Truck*, (2022)

Dari tabel 1.1, dapat dilihat harga burger *Redpoint Food Truck* lebih mahal dari kompotitor lain, seperti menu Chicken Burger pada kompotitor lainnya di letak harga sebesar Rp. 17.000 (tujuh belas ribu) akan tetapi pada *Redpoint Food Truck* diletak harga sebesar Rp. 20.000 (dua puluh ribu) sehingga bagi konsumen yang baru membeli burger pada *Redpoint Food Truck* pasti akan terasa mahal pada saat membelinya. Kemudian permasalahan yang ada pada kualitas, burger *Redpoint Food Truck* memiliki kualitas yang terjamin karena proses mereka yang bersih dan untuk dari segi rasa pada burger-nya terkadang tidak konsisten. Selain permasalahan harga dan kualitas, ada juga permasalahan mengenai pengiriman atau *delivery order* (pesan antar) pada konsumen. Pada saat konsumen melakukan *delivery order* konsumen sedikit kecewa karena Burger yang

mereka pesan meminta lebihkan saus, tetapi tidak diberikan oleh pihak *Redpoint Food Truck*, sehingga konsumen kecewa dengan membeli burger pada *Redpoint Food Truck* dengan cara *delivery order*.

Bahkan di masa covid-19, pemilik *Redpoint Food Truck* rela mengeluarkan modal lebih besar dengan membeli mobil seharga Rp.100.000.000 (seratus juta) dan bensin Rp.100.000 per hari agar tetap bisa bersaing dengan pesaing lain dan terlihat berbeda. Berikut gambar mobil burger *Redpoint Food Truck* :



Sumber : Instagram *Repoint Food Truck*, (2022)

Gambar 1.1
Mobil Redpoint Food Truck

Dalam meningkatkan strategi bersaing, *Redpoint Food Truck* harus memikirkan bagaimana bisa membuat inovasi baru dalam mempromosikan produknya, inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi produk yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing pada perusahaan tersebut. Perusahaan menciptakan inovasi produk dengan berbagai cara membuat produk berkualitas, varian produk yang beragam serta gaya dan desain yang menarik sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk di pasar

sehingga inovasi produk adalah salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan daya saing karena sebagian besar dari produk pesaing tampil statis dari tahun ke tahun. Inovasi meliputi berbagai aspek baik proses, produk maupun manajemen. Didalam organisasi, inovasi proses merupakan cara terbaik untuk melakukan sesuatu. Perusahaan yang bisa mengelola waktu dalam produksi, pengembangan produk baru, pengenalan produk baru, penjualan, distribusi dan mampu bergerak lebih cepat dari pesaing akan berhasil memenangkan persaingan.

Menurut (Porter, 2017) strategi bersaing adalah kombinasi antara akhir (tujuan) yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat dan perusahaan berusaha sampai kesana. Dalam penelitian (Tintin Suhaeni, 2018) (Winarko, 2014) hubungan antara inovasi dan strategi bersaing dalam bisnis kerajinan tangan UKM di Bandung. Regresi linear akan digunakan untuk menentukan hubungan ini. Hasil penelitian (Lestari, Miguna & Hariyanto Ridwan, 2019) menunjukkan bahwa variabel inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap strategi bersaing. Dan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap strategi bersaing. Peneliti menyarankan kepada para pelaku SMEC untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif. Penelitian Widya Dewi Anjaningrum (2018) menunjukkan bahwa kreativitas produk berpengaruh positif terhadap inovasi produk, keunggulan bersaing tidak memediasi pengaruh kreativitas terhadap kinerja industry tetapi memediasi pengaruh inovasi produk terhadap kinerja industri.

Permasalahan inovasi pada *Redpoint Food Truck* adalah *Redpoint Food Truck* hanya berani menjual produknya yang sudah ada saja, burger *Redpoint Food Truck* tidak berani memperbarui produknya agar konsumen bisa lebih banyak memilih dan konsumen tidak bosan serta mampu memberikan ciri khas dan keunikan yang menarik bagi para konsumen. Kurangnya inovasi harus diperhatikan setelah semakin ketatnya persaingan. Produk-produk dari *Redpoint Food Truck* tidak akan bisa bersaing jika tidak dibekali dari peningkatan kualitas produk, varian,

gaya dan desain produk. 3 komponen tersebut mempunyai peranan penting dalam menguatkan suatu usaha agar bertahan bersaing dengan kompetitor lain. *Redpoint Food Truck* juga mengalami masalah dengan pelayanan, *Redpoint Food Truck* menggunakan aplikasi pembayaran mereka yaitu *Loyverse* dalam hal ini aplikasi tersebut sering mengalami kelambatan ketika *log in* dan aplikasi tersebut tidak memiliki fitur *modifiers* (pengubah) lalu kendala lainnya varian harga tidak bisa dipilih, tetap harus diketik manual lagi pada saat pembayaran. Kemudian pelayanan sistem *drive thru* (pesan bawa pulang) tidak terlalu maksimal karena para konsumen lebih senang makan di tempat.

Tak hanya inovasi, kreativitas memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimiliki yang bersumber dari pihak pelanggan sehingga membentuk kreativitas produk yang dapat memberi pengaruh terhadap menguatkan dalam perkembangan sebuah usaha. Permasalahan yang muncul dari perkembangan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kondisi persaingan usaha yang semakin ketat dan penuh ketidakpastian membutuhkan berbagai pemikiran kreatif dan tindakan-tindakan inovatif sebagai solusi. Pelaku usaha harus membuat sesuatu yang menarik keingintahuan dari para konsumen, menciptakan rasa optimis atau percaya jika produk mereka dapat dipercaya. Jika perusahaan tidak mampu dan tidak beradaptasi dengan perkembangan zaman, maka lambat laun perusahaan tersebut akan tersingkir dari persaingan bisnis. Kreativitas dan inovasi merupakan pemikiran dan tindakan yang wajib dimiliki oleh wirausaha dan dilakukan secara berkesinambungan tanpa henti sebagai upaya mempertahankan kelangsungan usaha.

Permasalahan *Redpoint Food Truck* mengenai kreativitas kewirausahaan pada *Redpoint Food Truck* adalah adalah pemilik Burger *Redpoint Food Truck* kurang dalam keingintahuan apa yang sedang diinginkan para konsumen. Dalam suatu usaha, memiliki keingintahuan dan tingkat

pengetahuan yang tinggi dalam mengembangkan ide mampu untuk menciptakan suatu produk yang baru. Dengan adanya kreativitas kewirausahaan dapat memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Lalu permasalahan lainnya para pegawai terkadang kurang fleksibel, pegawai Redpoint Food Truck pernah tidak barhati-hati dalam melayani konsumen yang memesan dari aplikasi Gofood seperti lupa menambahkan *topping* (tambahan) sesuai yang dipesan oleh konsumen. Kemudian dalam suatu usaha harus cepat dan tanggap mencari solusi dalam menumbuh kembangkan sebuah kreativitas dan optimis.

Menurut Moreno (Slameto, 2015) yang penting dalam kreativitas itu bukanlah penemuan sesuatu yang belum pernah diketahui orang sebelumnya, melainkan bahwa produk kreativitas merupakan sesuatu yang baru bagi orang lain atau dunia pada umumnya, misalnya seorang guru menciptakan metode mengajar dengan diskusi yang belum pernah ia pakai. Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ferrira *et al* (2020) hasil penelitian menyatakan bahwa pengaruh Kreativitas dan Inovasi memberikan dampak positif terhadap pemahaman tentang karakteristik yang mendukung keberhasilan dan kesuksesan berwirausaha pada pelaku usaha di kota Pontianak. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasi populasi penelitian ini adalah para pelaku usaha kecil dan menengah yang berjumlah 5.935. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kreativitas dan Inovasi memiliki pengaruh terhadap Kompetensi Wirausaha.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Inovasi Dan Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Strategi Bersaing UMKM Kuliner Burger *Redpoint Food Truck*”**.

1.2 Batasan Masalah

Agar permasalahan penelitian ini dapat dikaji secara terfokus dan jelas, batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Burger *Redpoint Food Truck*.
2. Penelitian ini hanya membahas tentang inovasi dan kreativitas kewirausahaan terhadap strategi bersaing UMKM kuliner burger *Redpoint Food Truck*.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka dapat diambil kesimpulan identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan:

1. Strategi bersaing dalam melakukan penjualan pada UMKM Kuliner Burger *Redpoint Food Truck*.
2. Inovasi yang dilakukan dalam melakukan ide yang baru dalam penjualan UMKM Kuliner Burger *Redpoint Food Truck*.
3. Kreativitas kewirausahaan yang dilakukan oleh UMKM Kuliner Burger *Redpoint Food Truck*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, adapun perumusan masalah dapat di uraikan ke dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah inovasi berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM Kuliner Burger *Redpoint Food Truck* ?
2. Apakah kreativitas kewirausahaan berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM Kuliner Burger *Redpoint Food Truck* ?

3. Apakah inovasi dan kreativitas kewirausahaan berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM Kuliner Burger *Redpoint Food Truck* ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian agar dapat menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah inovasi berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM Kuliner Burger *Redpoint Food Truck*.
2. Untuk mengetahui apakah kreativitas kewirausahaan berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM Kuliner Burger *Redpoint Food Truck*.
3. Untuk mengetahui apakah inovasi dan kreativitas kewirausahaan berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM Kuliner Burger *Redpoint Food Truck*.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemilik usaha

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat serta memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan secara umum, khususnya dalam pengembangan kewirausahaan.

2. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini menjadi dorongan agar dapat menyelesaikan studi akhir untuk memperoleh gelar sarjana manajemen serta dapat menambah wawasan atau ilmu pengetahuan di bidang manajemen kewirausahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas sistematis bagi pembaca dalam memahami ini, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kajian pustaka menguraikan tentang penjelasan teori dari masing-masing variable penelitian, kemudian dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian menguraikan tentang variable-variabel penelitian beserta defenisi operasionalnya dilanjutkan dengan populasi dan penentuan sampel penelitian, jenis sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menguraikan tentang data penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan atas hasil penelitian data tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh uraian dari hasil analisa bab-bab sebelumnya.