

BAB I

PENDAHULUAN

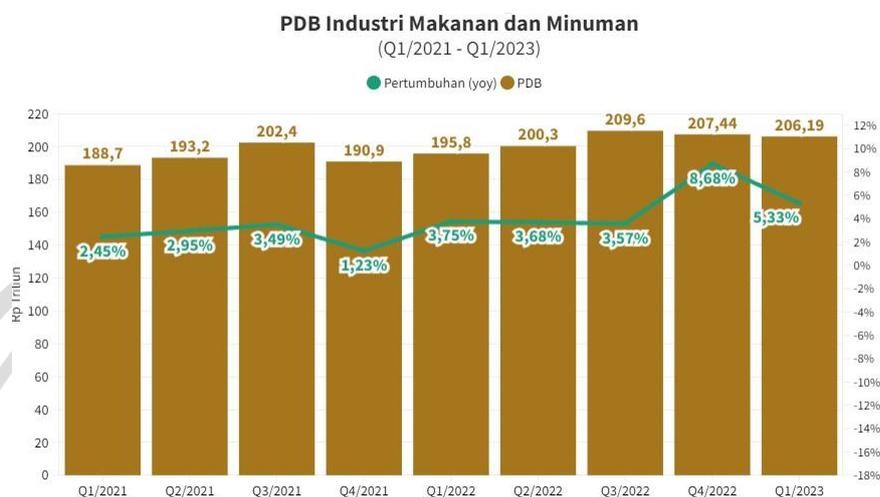
1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil Menengah menjadi pembahasan berbagai pihak bahkan UMKM ini dianggap penyelamat perekonomian Indonesia di masa krisis pada periode 1992-2000 (Manurung, 2007). Wirausaha menjadi peran penting bagi sebuah negara untuk dapat mengembangkan perekonomian negara, Wirausaha merupakan potensi pembangunan dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Adanya pandangan bahwa wirausaha merupakan kegiatan yang penting untuk meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat, maka kewirausahaan dipelajari di sekolah sekolah hingga tingkat perguruan tinggi sehingga kegiatan kewirausahaan dapat bermanfaat.

UMKM adalah salah satu jenis usaha yang tahan terhadap guncangan (shock) dan masa krisis yang dapat dibuktikan pada sekitar tahun 1997 hingga 1999 di mana Indonesia mengalami krisis moneter tetapi UMKM justru bertahan dan bahkan semakin tumbuh (Sudrartono et al., 2022). Pada dasarnya, UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. UMKM memerlukan sebuah inovasi untuk dapat bertahan hidup bersaing dengan usaha lain, pentingnya sebuah inovasi dalam usaha adalah menjadi sebuah value tersendiri untuk usaha yang akan dijalani.

Inovasi adalah memulai atau memperkenalkan sesuatu yang baru, Kebanyakan peneliti sepakat atas definisi inovasi yang mencakup hasil produk dan proses baru. Inovasi juga dapat diartikan sebagai pengelolaan semua aktivitas yang meliputi dalam proses generasi ide, pengembangan teknologi, proses produk, proses

manufaktur atau peralatan yang baru (atau yang diperbarui). Definisi inovasi sebagai proses manajemen juga menawarkan perbedaan antara inovasi dan produk yang merupakan hasil akhir dari inovasi (Paul Trott, 2017).

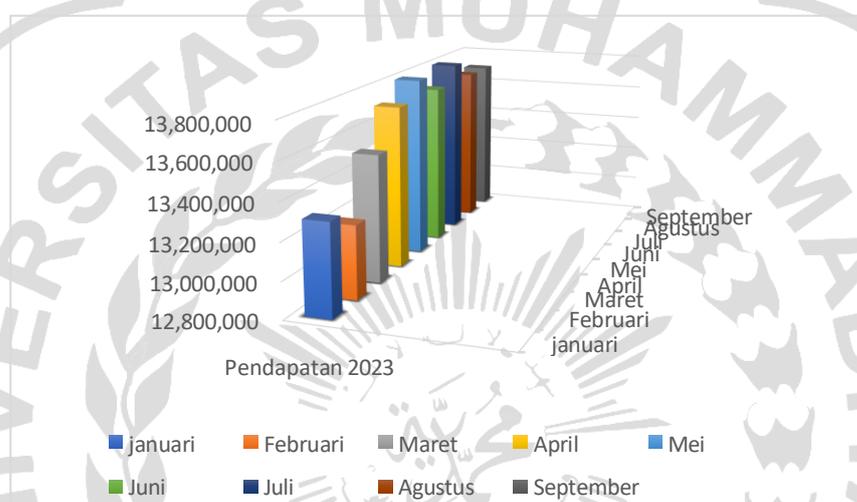


Gambar 1.1 a) Data Statistik Usaha Makanan Dan Minuman

Sumber : Badan Pusat Statistik 2021-2023 (BPS)

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) dari industri makanan dan minuman (mamin) sebesar Rp206,19 triliun pada kuartal I/2023. Nilai tersebut tumbuh 5,33% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya (*year on year/yoy*) sebesar Rp195,75 triliun. Usaha kuliner ini memiliki perkembangan yang sangat pesat di daerah Gresik dari aspek kekayaan budaya dan keunikan masakan dari berbagai suku bangsa yang hidup di kepulauan Indonesia yang beragam, salah satunya yakni nasi Madura. Kuliner khas masakan daerah menjadi favorit masyarakat karena cita rasa masakan khas daerah di Indonesia sangat banyak diminati di daerah Gresik.

Makanan madura sangat banyak dijumpai di daerah Gresik, maka diperlukanya sebuah inovasi dan kreatif pembeda agar dapat bersaing dalam dunia bisnis. Kreatifitas dan inovasi usaha sangat diperlukan kemampuan untuk dapat bersaing dari UMKM dalam negeri, jika tanpat adanya kreatifitas dan inovasi akan berakibat pada kemunduran bahkan mengancam kelangsungan UMKM yang bersangkutan (Yuniarti et al., 2023). Nasi Madura Hasina Ririd mendapatkan pendapatan sekitar 13 juta per bulanya.



Gambar 1.1 b) Data pendapatan bulanan Nasi Hasina Ririd

Sumber : Pendapatan dari Hasina Ririd (2023)

Persaingan bisnis makanan yang dirasakan oleh nasi Madura Hasina ririd harus mempertahankan semua yang di milikinya, bahkan harus dapat terus berkembang. Salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap bisnis adalah mempertahankan costumers yang telah ada sejak lama, mempertahankan sebuah bisnis memerlukan sebuah inovasi untuk dapat bersaing dengan pembisnis lain. Inovasi merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik, suatu gagasan murni

memegang peranan penting, dan fikiran yang kreatif mengembangkan menjadi gagasan berharga (Reniaty Reniaty, 2012).

Inovasi bagi para pengusaha menjadi salah satu poin penting dikarenakan sebuah inovasi ini dapat melangkah lebih maju atau berkembang dari para pesaing, adanya sebuah inovasi juga dapat meningkatkan sebuah pendapatan dan produktivitas sebuah usaha yang menciptakan sebuah penemuan baru. Nasi Madura Hasina Ririd memerlukan sebuah inovasi untuk dapat bersaing dengan para pebisnis lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka saya tertarik untuk untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul **“PENDEKATAN *TEN TYPE OF INNOVATION* SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN PADA USAHA NASI MADURA HASINA RIRID”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun oleh peneliti diatas, maka dapat diuraikan menjadi beberapa pokok permasalahan diantaranya adalah :

1. Bagaimana penerapan 10 Types *Innovation* pada nasi Madura Hasina Ririd?
2. Strategi taktik apa yang diterapkan oleh nasi Madura Hasina Ririd sehingga meningkatkan pendapatan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan 10 Types *Innovation* pada nasi Madura Hasina Ririd
2. Untuk mengetahui Strategi Taktik yang diterapkan oleh nasi Madura Hasina Ririd sehingga meningkatkan pendapatan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Ilmiah, hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk perusahaan dan penulis tentang strategi perencanaan inovasi model bisnis nasi Madura Hasina Ririd menggunakan pendekatan 10 Types *Innovation*
2. Manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk masyarakat mengenai strategi perencanaan inovasi model nasi Madura Hasina Ririd menggunakan pendekatan 10 Types *Innovation* agar dapat sebagai contoh di lingkungan mahasiswa terutama bagi penulis lainnya yang akan melanjutkan penelitian ini

1.5 Kesenjangan Fenomena

Kesenjangan fenomena pada penelitian inovasi nasi Madura Hasina Ririd dengan menggunakan metode Ten Types of Innovation menunjukkan bahwa penelitian tersebut berpotensi besar untuk dapat mengeksplorasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi tentang inovasi nasi Madura Hasina Ririd. Penelitian bisnis kuliner atau bisnis di bidang F&B kebanyakan melakukan penelitian di analisis SWOT, Strategi pemasaran dan manajemen bisnis. Penelitian untuk pengembangan bisnis membuka aspek-aspek pengetahuan mengenai teori inovasi dan mengimplementasikan inovasi yang dilakukan atau masih perencanaan. Kesenjangan ini memberikan sebuah hal baru untuk dapat mengetahui inovasi yang diterapkan oleh para pengusaha dan dapat menemukan inovasi baru yang dapat diterapkan.