

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini masyarakat Indonesia merasakan sulitnya mencari pekerjaan. Kesulitan mencari pekerjaan tidak hanya dirasakan oleh masyarakat umum, tetapi juga dirasakan oleh para lulusan perguruan tinggi di Indonesia. Kondisi ini semakin diperparah dengan persaingan dunia kerja dengan lulusan perguruan tinggi yang mencapai 2,5 juta lulusan per tahunnya (Hendro, 2011). Pengangguran terjadi karena perbandingan antara jumlah penawaran kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan atau penawaran tenaga kerja baru yang dihasilkan perguruan tinggi (Leonardus Saiman, 2012).

Menurut Leonardus Saiman (2012) Kesenjangan antara permintaan dan penawaran tenaga kerja ini perlu dipikirkan oleh kita semua, lebih-lebih tenaga kerja yang tidak terdidik, tidak terampil, dan atau tenaga kerja berpendidikan rendah, bila tidak tertampung dilapangan kerja formal, maka jalan satu-satunya adalah dibekali dengan keterampilan berwirausaha agar mereka setelah lulus sekolah/kuliah maupun berhenti sekolah/kuliah ditengah jalan tetap memperoleh penghasilan dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan yang diharapkan, tanpa harus mengandalkan untuk menjadi pegawai/karyawan di suatu perusahaan.

Ciputra (dalam Mopangga, 2014) mengemukakan bahwa wirausaha merupakan solusi tepat untuk menyelesaikan masalah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia, karena dengan hanya berbekal ijazah tanpa kecakapan entrepreneurship,

siapkanlah diri untuk antri pekerjaan karena saat ini pasokan tenaga kerja lulusan perguruan tinggi tidak sebanding dengan peluang kerja yang tersedia.

Jelaslah bahwa kewirausahaan pada dasarnya merupakan jiwa dari seseorang yang diekspresikan melalui sikap dan perilaku yang kreatif dan inovatif untuk melakukan suatu kegiatan. Adapun orang yang memiliki jiwa tersebut tentu saja dapat melakukan kegiatan kewirausahaan atau menjadi pelaku kewirausahaan atau lebih dikenal dengan sebutan wirausaha. Peran motivasi dalam berwirausaha sangatlah penting, terutama motivasi untuk berhasil.

Menurut Saiman (2009) kewirausahaan adalah suatu upaya dalam penciptaan kegiatan bisnis atas dasar kemauan dan keinginan dari diri sendiri. Dengan kewirausahaan, maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang luas, tidak bergantung kepada orang lain dalam mendapatkan pekerjaan dan dapat membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran dengan cara membuka lapangan pekerjaan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pentingnya kewirausahaan sendiri dapat mengubah *mindset* di dalam diri seseorang bahwa tidak hanya berorientasi pada mencari kerja saja, tetapi menyadarkan bahwa ada pilihan menarik lainnya selain mencari kerja, yaitu menciptakan lapangan kerja. Seorang wirausaha tidak mudah menciptakan suatu usaha dengan waktu yang singkat. Ide usaha yang menarik, mampu melihat peluang, dan siap akan resiko yang ada adalah bekal yang diperlukan wirausaha untuk siap bersaing di pasar. Wirausaha harus mempunyai skill tertentu, pengetahuan mengolah dengan cara yang berbeda, serta mampu membuat produk yang kreatif dan inovatif untuk siap masuk ke pasar dan bersaing.

Inovasi sangat diperlukan dalam perkembangan perusahaan. Inovasi memiliki fungsi yang khas bagi wirausahaan. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik

sumber daya produksi baru maupun pengelolaan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan sesuatu yang tidak ada menjadi ada. Dengan demikian inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang lebih baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi. Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seseorang individu atau unit pengguna lainnya. Inovasi produk akan menciptakan berbagai desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat, atau nilai yang diterima oleh pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan (Prajogo & Sohal, 2003). Perusahaan dapat melakukan berbagai inovasi dengan membuat berbagai macam desain produk dan menambah nilai guna suatu barang.

Inovasi sangat penting bagi sebuah perusahaan. Inovasi produk juga 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 yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan pada perusahaan tersebut. Perusahaan menciptakan inovasi dengan berbagai macam desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, sehingga inovasi adalah salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.

Dengan semakin berkembangnya suatu bidang usaha pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan, hal ini juga terjadi pada usaha warung kopi yang mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dalam persaingan yang semakin ketat perusahaan harus memiliki daya saing yang cukup kuat untuk dapat terus bersaing dengan perusahaan lainnya terutama perusahaan sejenis. Setiap

perusahaan pasti memiliki strategi yang berbeda dalam mencapai keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan (Stygraha, 1994). Kotler & Armstrong (2005) menyatakan keunggulan kompetitif sebagai keunggulan di atas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih manfaat yang mendukung pendapatan harga mahal. Keunggulan bersaing juga dapat berasal dari berbagai aktivitas perusahaan seperti dalam hal merancang, memproduksi, memasarkan, dan mendukung produknya.

Keunggulan bersaing menurut Porter (1998) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Porter, beberapa cara untuk memperoleh keunggulan bersaing antara lain dengan menawarkan produk atau jasa dengan harga minimum (*cost leadership*), menawarkan produk atau jasa dengan yang memiliki keunikan disbanding pesaingnya (*differentiation*), dengan memfokuskan diri pada segmen tertentu (*focus*).

Keunggulan bersaing menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global. Sebagaimana yang telah kita ketahui, bahwa sangat banyak sekali masyarakat, seperti orang kantoran, pelajar, mahasiswa, dll yang mempunyai minat dalam minum kopi dan mengakses dunia internet. Khususnya masyarakat Kuala Tungkal yang telah menganggap nongkrong di warkop sebagai gaya hidup. Kondisi ini membuat bisnis warung kopi memiliki prospek bagus asal dikelola bagus dan tidak lupa pula ditambahkan Wifi agar orang lebih tertari dan betah untuk datang ke tempat tersebut. Dapat di simpulkan bahwa usaha warung kopi terbilang menjanjikan dalam persaingan bisnis di kota Kuala Tungkal ini. Karena jumlah peminatnya yang tergolong tinggi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan dengan penjelasan teori dan rasa ingin mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Warung Kopi Nia Otonia Di Kota Kuala Tungkal Jambi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran inovasi dan keunggulan bersaing pada usaha warung kopi Nia Otonia di Kota Kuala Tungkal Jambi?
2. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pada usaha warung kopi Nia Otonia di Kota Kuala Tungkal Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menggambarkan inovasi dan keunggulan bersaing pada usaha warung kopi Nia Otonia di Kota Kuala Tungkal Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pada usaha warung kopi Nia Otonia di Kota Kuala Tungkal Jambi

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan memberikan manfaat :

1. Bagi peneliti

Hasil penulisan ini dapat menjadi pengetahuan dan wawasan bagi peneliti sendiri terutama tentang inovasi dalam mengembangkan produk di dalam usaha dalam perusahaan jasa.

2. Bagi generasi yang akan datang

Diharapkan hasil penulisan ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan atau acuan dalam penelitian berikutnya.

3. Bagi usaha warung kopi Nia Otonia

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh untuk selalu melakukan pembaharuan didalam usahanya agar nantinya tidak tergerus oleh pendatang baru.

4. Bagi pemerintah

Hasil penulisan ini diharapkan dapat digunakan oleh pemerintah Kabupaten Tanjabbar provinsi Jambi sebagai masukan agar lebih memberdayakan dan membina usaha yang ada di Jambi.