

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi saat ini telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. Berkembangnya dunia bisnis menandakan bahwa Indonesia sudah memasuki era globalisasi. Hal ini mengakibatkan persaingan dalam berwirausaha yang menuntut para pelaku usaha mampu konsisten dalam memenuhi kebutuhan konsumen, oleh karena itu para pelaku usaha harus mampu mempertahankan kelangsungan usaha serta terus mengembangkan usahanya. Berikut adalah jumlah UMKM di Negara-negara Asean (2021).

Tabel 1. 1 Data UMKM di ASEAN

Negara	Banyak UMKM
Indonesia	65,5 juta
Thailand	3,1 Juta
Malaysia	1,2 Juta
Filipina	996.700
Vietnam	651.100
Kamboja	512.900
Singapura	279.000
Laos	133.700
Myanmar	72.700

Sumber : Databoks, diakses pada bulan Februari 2023

Berdasarkan databoks (2022) laporan ASEAN *Investment Report*, Indonesia menduduki peringkat pertama dengan jumlah UMKM terbanyak dibandingkan negara Asean lainnya, yaitu sebanyak 65,5 juta UMKM. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor penopang perekonomian yang banyak dilakukan masyarakat. Meskipun berskala kecil, UMKM merupakan sektor yang mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga khususnya masyarakat.

Berdasarkan Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perkonomian Republik Indonesia (2022) sebagai pemilik peran penting hingga 99% dari seluruh unit usaha di Indonesia, UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara. UMKM menyumbang 96,9% dari semua pekerjaan nasional dan berkontribusi masing-masing 60,5% dalam hal PDB dan lapangan kerja. Sebelumnya, kondisi UMKM pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan dikarenakan pandemic Covid-19.

Menurut Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah membagi UMKM menjadi 3 Kategori :

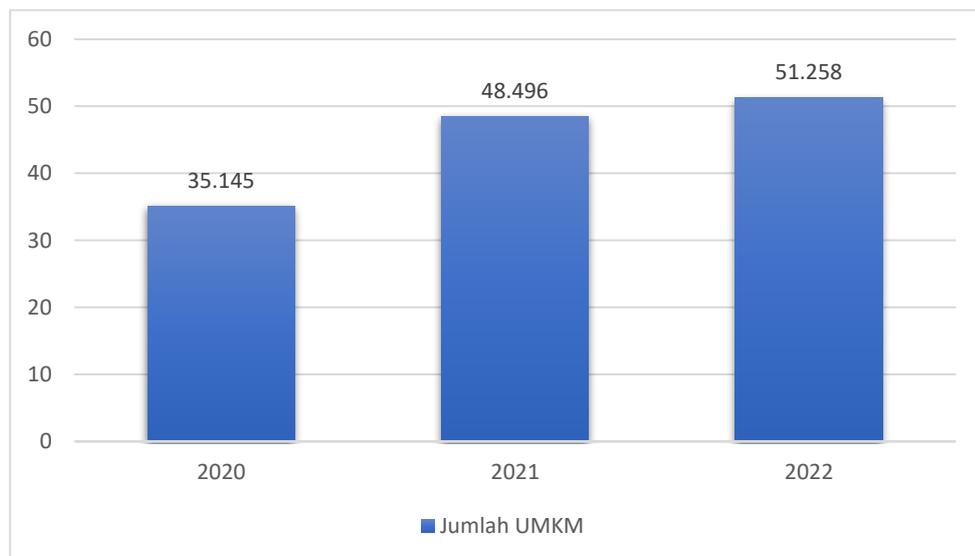
1. Usaha Mikro merupakan bentuk usaha ekonomi yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, sedangkan hasil dari penjualan tahunan paling banyak mencapai Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil merupakan bentuk usaha ekonomi yang berdiri sendiri dan/atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dan cabang perusahaan yang menjadi bagian dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan sedangkan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
3. Usaha Menengah merupakan bentuk usaha ekonomi yang berdiri sendiri, baik dilakukan oleh orang perorangan maupun badan usaha yang bukan menjadi bagian dari anak atau cabang perusahaan yang menjadi bagian dari Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan 2 kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat dan memiliki hasil dari penjualan tahunan mencapai lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi UMKM salah satu kelompok usaha sebagai penyangga utama dan berdampak

pada banyaknya tenaga kerja, secara simultan dan keseluruhan sektor usaha ini ditunjukkan bahwa usaha dengan skala kecil di Indonesia menempati porsi sebanyak 99%. Dengan begitu hampir seluruh usaha dengan berskala kecil yang menguasai seluruh usaha di Indonesia dan hanya 1% usaha yang berskala menengah maupun usaha besar (Wahyudin, n.d.)

BPS (2020) Sebaran Usaha/ Perusahaan Industri Mikro Kecil (IMK) mencatat 3 jenis kegiatan usaha terbanyak adalah Industri makanan sebanyak 36,08%, industri kayu dan bahan dari kayu 15,02%, dan industri pakaian 14,05%. Industri makanan merupakan jenis IMK terbanyak dibandingkan industri lainnya dengan jumlah 1,52 juta usaha makanan. Salah satu bidang yang memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian di Kota Jambi adalah sektor UMKM. Perkembangan tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1.

Gambar 1. 1
Perkembangan UMKM di Kota Jambi



Sumber : Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi, 2023.

Berdasarkan gambar 1.1 terlihat perkembangan UMKM di Kota Jambi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Secara keseluruhan, kenaikan perkembangan UMKM memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian di Kota Jambi.

Data UMKM per kecamatan di Kota Jambi sesuai bidang usaha dari Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi pada tahun 2022 dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 1. 2
Rekapitulasi Jumlah UMKM di Kota Jambi (2022)

Kecamatan	Bidang Usaha				
	Kuliner	Fashion	Dagang/ Industri	Jasa/ Lainnya	Pertanian/ Peternakan
Jambi Timur	2.989	36	3.157	993	200
Jambi Selatan	2.063	42	1.880	847	120
Danau Teluk	646	131	983	461	333
Danau Sipin	1.637	54	1.917	768	103
Kota Baru	1.483	33	1.956	760	149
Pasar Jambi	621	28	787	212	17
Alam Barajo	1.937	43	2.285	974	182
Jelutung	2.043	250	2.298	764	81
Telanaipura	1.553	57	1.627	688	263
Pelayangan	1.072	85	1.269	622	229
Paal Merah	2.832	41	2.760	1.563	395
Jumlah	18.876	800	20.918	8.592	2.072

Sumber : Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi 2023 (Per 31 Desember 2022),.

Berdasarkan data Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Pemerintah Kota Jambi menyebutkan bahwa terdapat 51.258 usaha yang tersebar di kota Jambi, dengan bidang usaha yang sebagiannya adalah dari bidang usaha kuliner. Di Kecamatan Telanaipura sendiri setidaknya ada 1.553 usaha kuliner, jumlah ini meningkat dari tahun 2021 dengan jumlah usaha bidang kuliner sebanyak 1.527. Hal ini menunjukkan bahwa bidang usaha ini memiliki potensi usaha yang akan terus bertahan dari masa ke masa. Industri kuliner merupakan salah satu industri yang strategis dalam perekonomian karena industri ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan tidak pernah berakhir sehingga keberlangsungan usahanya harus diperhatikan. Untuk meningkatkan keberlangsungan usaha pengolahan kuliner, maka dibutuhkan kreativitas dan inovasi.

Keberlangsungan usaha sangat ditentukan oleh kreativitas dan inovasi. Artinya semakin tinggi kreativitas dan inovasi yang dilakukan, semakin tinggi pula keberlangsungan usaha. Menurut (Wiyono et al., 2020) bisnis dapat bertahan dan bahkan berkembang didalam keadaan yang serba sulit dengan cara selalu berpikir kreatif dan bertindak inovatif. Chahyono et al., (2018) juga

berpendapat bahwa kreativitas dan inovasi adalah jantungnya *entrepreneurship*, meskipun inovasi dan kreativitas merupakan inti dari kewirausahaan, usaha kecil belum memprioritaskannya sebagai cara untuk memperkuat posisinya di pasar. Inovasi dan kreativitas adalah penyeimbang sebuah usaha karena dengan adanya pembaruan inovasi dan kreasi yang selalu dilakukan menghasilkan kepuasan konsumen. Inovasi dan kreativitas memiliki peran penting dalam pencapaian tujuan usaha kecil, menengah bahkan usaha besar dalam mempertahankan kemampuan bersaing.

Kreativitas menurut (Rusdiana, 2014) adalah kapasitas untuk menghasilkan konsep baru dan menemukan cara baru untuk melihat masalah dan peluang. Dengan berpikir kreatif akan menciptakan hal baru. Sehingga ide yang ditemukan itu dapat menciptakan peluang untuk menghasilkan laba dari usaha tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat (Hadiyati, 2011) bahwa suatu konsep yang dikembangkan melalui kreativitas merupakan syarat bagi seorang entrepreneur. Pengusaha akan mengembangkan usahanya sebagai hasil kreativitas mereka. Usaha yang dikelola akan mampu tampil menonjol dibandingkan dengan bisnis lain yang sejenis dengan memaksimalkan kreativitas.

(Vanessa Djodjobo & N. Tawas, 2014) berpendapat bahwa inovasi didefinisikan sebagai perubahan (ide besar) dalam sekumpulan informasi yang berhubungan diantara masukan. Yang dimana berarti inovasi membutuhkan suatu perubahan, tetapi perubahan belum tentu berinovasi. Menurut (Widjaja & Winarso, 2020) Lahirnya inovasi adalah dari bentuk kreativitas itu sendiri. Tanpa kreativitas, sebuah usaha akan sulit berkembang dan menghadapi persaingan. Pendapat ini sejalan dengan (R. Barringer & Duane Ireland, 2020) yang memaparkan bahwa kreativitas dan inovasi melibatkan sesuatu yang baru. Dengan demikian kreativitas dan inovasi tidak dapat dipisahkan dari kewirausahaan dikarenakan inovasi lahir dari bentuk kreativitas itu sendiri.

Sektor perdagangan terbagi menjadi dua jenis yaitu sektor perdagangan formal meliputi perdagangan yang didirikan oleh BUMD, BUMN, BUMS dan Koperasi sedangkan sektor perdagangan informal meliputi petani yang

mengolah tanah dan mengolahnya sendiri, pekerja lepas, pedagang toko kecil, pedagang keliling, pedagang asongan, pedagang kaki lima.

Pedagang kaki lima merupakan salah satu segmen perdagangan tidak terorganisir yang saat ini sedang marak di Kota Jambi. Menurut (Suparyanto, 2013) Yang dimaksud dengan pedagang kaki lima adalah orang yang menawarkan barangnya di jalan dengan menyediakan lokasi darurat. Salah satu lokasi di Kota Jambi menjadi tempat bagi pedagang kaki lima (PKL) dalam menjajakan barang dagangannya yaitu di depan Kawasan Universitas Jambi Telanaipura.

Kawasan Universitas Jambi Telanaipura. menjadi tempat para pedagang kaki lima menjajakan dagangannya dikarenakan lokasi ini termasuk lokasi yang strategis dimana dekat dengan wilayah kampus Universitas Jambi maupun UIN Sultan Thaha Saifuddin, dekat dengan beberapa sekolah, kantor-kantor pemerintahan. Berdasarkan survey awal yang dilakukan pada 25 Februari 2023, tercatat ada 51 pedagang kaki lima dengan jenis usaha makanan, minuman, pulsa, pakaian, dan kelontong yang menggantungkan hidup di pinggir jalan dengan jenis usaha yang mendominasi adalah usaha makanan dengan pedagang yang menjual makanan sebanyak 40 pedagang. Kawasan Universitas Jambi Telanaipura dengan waktu berjualan pagi dari jam 6 hingga siang jam 1 siang biasanya penjual yang berjualan pada jam tersebut menjual makanan sarapan dan untuk pedagang yang berjualan sore mulai dari jam 4 sore hingga jam 11 malam. Adapun jenis makanan dagangan perdagangan kaki lima disekitaran depan Kawasan Universitas Jambi Telanaipura. dapat dilihat pada tabel 1.3.

Tabel 1. 3

Data Pedagang Makanan Kaki Lima Berdasarkan Jenis Makanan

Jenis Makanan	Banyak Pedagang	Waktu Jualan	
		Sore-Malam	Pagi-Siang
Ayam Geprek	2	2	-
Bakso	1	1	-
Bakso Bakar	3	3	-
Corndog	1	1	-
Dimsum	1	1	-
Gorengan	7	6	1
Gulai itik	1	1	-

Hot Pangsit	1	1	-
Kebab	2	2	-
Martabak	2	2	-
Mie	2	1	1
Nasi Gemuk	1	-	1
Olahan Kue	2	2	-
Olahan Pisang	2	2	-
Pancake Durian	1	1	-
Pecel lele	2	2	-
Q-tella	1	1	-
Roti Bakar	1	1	-
Sate	3	3	-
Siomay	1	-	1
Sosis Bakar	1	1	-
Tekwan	1	-	1
Zuppa Soup	1	1	-
Jumlah	40	35	5

Sumber : Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi 2023

(Data Diolah)

Berdasarkan table 1.3 terlihat bahwa dari 51 pedagang kaki lima, jenis usaha yang paling mendominasi adalah usaha makanan sebanyak 40 pedagang. jenis makanan kaki lima di Kawasan depan Kawasan Universitas Jambi Telanaipura yang mendominasi adalah olahan gorengan dengan 7 pedagang yang menjual jenis makanan tersebut dan waktu penjualan yang paling banyak adalah dari sore yaitu mulai dari jam 4 sore hingga malam jam 11 malam atau hingga jualan habis sedangkan untuk pedagang yang berjualan dari pagi hingga siang adalah penjual yang menjual makanan sarapan. Rata rata omset penjualan pedagang makanan kaki lima di Kawasan Universitas Jambi Telanaipura omset perbulannya yaitu diatas 3 juta sampai lebih dari 5 juta rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang makanan kaki lima di Kawasan Universitas Jambi Telanaipura termasuk Kategori Usaha Mikro sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. menyebutkan bahwa usaha mikro dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, sedangkan hasil dari penjualan tahunan paling banyak mencapai Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Berdasarkan survey awal yang dilakukan sebagian pedagang kaki lima masih banyak kekurangan, baik dari segi pengelolaan usaha maupun kemampuan masing-masing pedagang dalam berinovasi dan berkreaitivitas untuk menciptakan suatu produk yang baru yang dapat menarik minat konsumen, rata-rata pedagang masih menjual jenis makanan yang monoton. Dikarenakan beberapa alasan seperti kurangnya modal, atau bahan baku yang tidak bisa disimpan terlalu lama. Selain itu beberapa pedagang tidak memberikan inovasi di dalam produknya dengan alasan sudah terlalu nyaman dengan kondisi sekarang dan cenderung memikirkan tentang omset penjualan daripada ide atau inovasi, walaupun begitu masih ada beberapa pedagang yang berinovasi seperti menambah menu baru, bekerja sama dengan pedagang makanan lainnya, atau memanfaatkan teknologi agar proses pengolahan makanan lebih efisien.

Dengan banyaknya pedagang yang menjual makanan, tentunya semakin memperketat persaingan sehingga dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha para pedagang kaki lima. Keberlangsungan usaha makanan kaki lima dapat terus bertahan diduga dipengaruhi oleh perilaku kewirausahaan yaitu kreativitas dan inovasi. (Chahyono et al., 2018) berpendapat bahwa Perilaku wirausaha, yang sangat dipengaruhi oleh kreativitas dan inovasi, sebagian besar menentukan kelangsungan bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian (Hadiyati, 2011) yang menyimpulkan kewirausahaan dipengaruhi oleh kreativitas dan inovasi, dengan inovasi memiliki dampak yang lebih kuat.

Dari hubungan dan pertimbangan di atas, pelaku usaha terkhususnya pedagang kaki lima harus konsisten dalam memenuhi kebutuhan konsumen agar keberlangsungan usahanya tetap bertahan dan terus berkembang. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul **“Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha Makanan Kaki Lima di Kawasan Kawasan Universitas Jambi Telanaipura”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat diidentifikasi bahwa pelaku pedagang makanan kaki lima yang berada di Kawasan depan Kawasan

Universitas Jambi Telanaipura. kurang berkreatifitas dan berinovasi padahal mayoritas pedagang kaki lima di Kawasan depan Kawasan Universitas Jambi Telanaipura. adalah pedagang makanan. Dengan banyaknya pedagang yang menjual makanan semakin memperketat persaingan dalam memenuhi kebutuhan konsumen agar keberlangsungan usahanya tetap bertahan dan terus berkembang. Sehingga peneliti tertarik membahas terkait Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kreativitas, inovasi terhadap keberlangsungan usaha makanan kaki lima di kawasan Universitas Jambi Telanaipura?
2. Manakah variabel yang paling berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha makanan kaki lima di kawasan Universitas Jambi Telanaipura?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kreativitas, inovasi terhadap Keberlangsungan Usaha Makanan Kaki Lima di Kawasan Universitas Jambi Telanaipura.
2. Untuk menjelaskan variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha makanan kaki lima di kawasan Universitas Jambi Telanaipura.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis mengharapkan kegunaan dan manfaat, diantaranya adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan temuan penelitian ini akan berkontribusi pada kemajuan ilmu manajemen, khususnya di bidang manajemen kewirausahaan yang berkaitan dengan penemuan dan penemuan dalam pemeliharaan keberlangsungan.usaha.

2. Kegunaan Praktis

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan praktis yang dapat diuraikan seperti berikut ini:

- a. Bagi Pengusaha, penelitian ini diharapkan dapat membantu menjaga kelangsungan usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi para pengusaha, khususnya pengusaha makanan kaki lima di kawasan Kawasan Universitas Jambi Telanaipura, untuk mempertimbangkan dan melakukan tindakan korektif terhadap harapan sukses usahanya.
- b. Bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan inovasi dan kreativitas, serta keberlangsungan usaha.
- c. Bagi pihak lain, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak lain dalam hal penyediaan informasi, perluasan pengetahuan, dan potensi pemanfaatannya sebagai sumber untuk penelitian selanjutnya pada subjek yang terkait dengan masalah ini.