

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki prospek perkembangan ekonomi yang sangat besar. Prospek baik tersebut tentunya tidak boleh disia-siakan namun, perkembangan ekonomi tidak dapat terjadi begitu saja. Di perlukan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan, serta dukungan ekonomi makro dan sistem kerja yang stabil. Di Indonesia, salah satu yang telah berkontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Bank Indonesia, 2013). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian. Hal ini membuktikan bahwa UMKM mampu menjadi salah satu sektor yang tangguh dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. (Ma'mun et al., 2019)

Selain kontribusinya yang besar terhadap perekonomian di Indonesia, sektor UMKM juga mampu menurunkan jumlah pengangguran yang tidak terserap dalam dunia kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta unit UMKM yang dapat menyerap 123,3 ribu tenaga kerja. ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi dari UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan semakin bertambahnya jumlah UMKM di Indonesia, maka akan semakin banyak pula melibatkan tenaga kerja sehingga akan membantu mengurangi jumlah pengangguran di negara ini. Oleh karena itu, penting sekali memacu pertumbuhan dan memperhatikan perkembangan UMKM di Indonesia agar dapat berkembang dan berdaya saing. (Saputri et al., 2023)

Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai usaha produktif yang dikelola perorangan atau dalam lingkup kecil. Madura memiliki banyak industri kreatif yang bervariasi. Aktivitas ekonomi kreatif tersebut hampir 90% dilakukan oleh UMKM. Data Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur Tahun 2018 menunjukkan bahwa di Madura terdapat setidaknya 1.126.787 unit industri kreatif, dengan 401.210 unit di Sumenep, 247.269 unit di

Pamekasan, 229.644 unit di Sampang, dan 248.664 unit di Bangkalan. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa Bangkalan merupakan kabupaten yang memiliki jumlah UMKM tertinggi kedua di Madura. (Dewi & Rahayuningsih, 2022)

Menurut data BPS di Bangkalan terdapat 3 Bidang UMKM yaitu, UMKM bidang agrobisnis, UMKM otomotif dan UMKM kuliner. UMKM kuliner memiliki keunggulan dibanding bidang usaha industri lainnya. Keunggulan yang diberikan UMKM kuliner diantaranya tidak kesulitan menentukan lokasi usaha dan target konsumen yang bervariasi (Sancoko, 2015). UMKM kuliner menghasilkan peluang bisnis potensial dengan modal material yang minim dalam pelaksanaannya (Nurmala et al., 2022). UMKM kuliner juga memiliki fleksibilitas dalam menyesuaikan bisnisnya dengan kondisi dan permintaan pasar (Nathaniel, 2022)

Akan tetapi, UMKM kuliner juga sangat sensitif sekali dengan konsistensi rasa, kualitas serta pelayanan, karena para konsumen pada umumnya menilai dan melihat dari ketiga konsep tersebut. Semakin banyaknya kompetitor di bidang kuliner, mengharuskan para pelaku UMKM untuk terus memunculkan inovasi-inovasi baru agar dapat mempertahankan eksistensi dan daya saing usahanya (Siska et al dalam Saputri et al., 2023). Tidak jarang, banyak restoran dan kafe yang bangkrut karena tidak dapat mengikuti persaingan yang begitu ketat. (Laksono & Novianti, 2018). Peran utama inovasi berguna bagi keberlangsungan UMKM jangka panjang dan merupakan solusi yang dapat diberikan ketika muncul permasalahan di dalam usaha (Damirc, 2012). Sebuah inovasi dipandang sebagai salah satu kunci perusahaan untuk dapat bersaing dan sebagai strategi pembaharuan perusahaan (Zhang & Bartol dalam Slåtten, 2014). Inovasi merupakan cara-cara baru yang dijalankan wirausaha melalui penerapan hasil pemikiran, ide-ide inovatif, dan riset (Rusdiana, 2018). Damirch et al (2011) menyatakan bahwa inovasi adalah menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki tujuan dan fungsi tertentu. Sedangkan Afsar et al dalam Septriani (2021) mendefinisikan inovasi sebagai keberhasilan pelaksanaan ide-ide kreatif. Inovasi meliputi kegiatan terkait dengan pelaksanaan sebenarnya dari ide-ide. Perusahaan yang berinovasi adalah perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menciptakan ide-ide, pemikiran, atau cara-cara baru untuk diterapkan dalam pelaksanaan dan penyelesaian masalah didalam Perusahaan. (Gaynor, 2002)

Inovasi di anggap sangat penting dalam keberlangsungan UMKM, terutama UMKM di bidang kuliner, sama halnya dengan UMKM kuliner yang ada Bangkalan yang hingga saat ini tetap eksis ditengah munculnya UMKM lainnya. UMKM kuliner di Bangkalan memiliki keunikan cita rasa yang autentik. Dari berbagai kuliner khas Madura, olahan bebek menjadi salah satu yang paling di minati wisatawan lokal maupun luar kota. Beberapa di antaranya bebek Sinjay (Oktavia, 2023), bebek Songkem (Andryanto, 2021), bebek bumbu hitam (rahasia nikmat, 2022) dan sebagainya.

Sepanjang jalan di kota Bangkalan, biasanya terdapat banyak warung makan yang menawarkan berbagai olahan bebek dengan beragam bumbu dan cara penyajian. Warung-warung ini, biasanya ramai dikunjungi oleh pelanggan. Beberapa olahan bebek yang populer di kota Bangkalan antara lain bebek Sinjay yang menawarkan bebek kremesan dengan cocolan sambal pencit (Okavia, 2023), saking *legend* nya, bebek ini bahkan dalam seharinya menghabiskan sekitar 500 ekor bebek atau setara dengan 4.000 porsi (Oktavia, 2023) Selain itu, ada bebek songkem yang dimasak dengan cara dikukus dan dibalut dengan daun pisang sehingga aromanya khas dan tentunya rendah kolesterol (Andryanto, 2021). Kemudian ada bebek sambal hitam yang pedas dan kaya rasa yang membutuhkan waktu kurang lebih 3 jam dalam proses memasaknya (Madureh.com, 2022)

Tentunya, selain beberapa olahan bebek di atas, masih banyak varian lainnya. Para pengunjung bebas memilih menu sesuai dengan selera masing-masing. Namun, berbagai olahan tersebut umumnya hanya tersedia secara offline di warung makan dan restoran. Jika ada jasa delivery pun terbatas jarak dan waktu tertentu. Sehingga mau tidak mau orang-orang yang ingin mencicipinya harus mengunjungi tempat-tempat tersebut secara langsung. Di era yang semakin maju dan modern ini, banyak orang yang memiliki waktu terbatas karena kesibukan masing-masing, sehingga mereka sering tidak sempat untuk pergi ke warung makan dan restoran. Mereka membutuhkan sesuatu yang lebih praktis dan efisien.

Melihat peluang seperti itu akhirnya salah satu masyarakat Basanah di Kecamatan Tanah Merah berani melakukan inovasi dengan cara menjual produk bebek hitam secara online. Pelanggan hanya perlu memesannya melalui *market place* dan ketika pesanan tiba, mereka hanya perlu memanaskannya sebentar dan

bisa langsung di santap. Produk ini dinamai BEBEK KRETEK. Bebek kretek menjadi pelopor bebek online di Bangkalan, sehingga membuat penelitian ini menjadi lebih menarik untuk dilakukan.

Pemilik bebek Kretek, pada tahun 2016 hanya membuka warung sederhana di pinggir jalan, tetapi pada saat itu tidak ramai pembeli, setelah berbagai pertimbangan akhirnya pemilik mencoba memasarkan produknya secara online dan mengikuti setiap bazar dengan tujuan memperkenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas, awalnya penjualan hanya berlaku antar kecamatan saja tetapi lambat laun penjualan semakin meluas hingga saat ini. Olahan bebek ini bisa dengan mudah di rasakan oleh seluruh masyarakat Indonesia karena telah di pasarkan melalui *platform* populer, yakni Shopee dan Tiktok Shop. Menurut penuturan narasumber, setiap hari rumah produksi bebek Kretek tidak pernah berhenti beroperasi karena tingginya permintaan konsumen, dan ratusan bungkus bebek Kretek setiap harinya di kirimkan ke luar kota. (W: MW, 03-06-2024)

Bebek Kretek didirikan pada tahun 2022 (W: MW, 03-06-2024), dua tahun setelah pandemi. Banyak perusahaan dari perusahaan kecil sampai perusahaan besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, hal ini pula yang dirasakan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Pakpahan, 2020 dalam Saefullah et al., 2021). Hal tersebut tentunya berpengaruh pada omzet tiap-tiap Perusahaan, mereka mengalami penurunan yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) menunjukkan ada sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi dan sekitar 56% melaporkan terjadinya penurunan penjualan yang disebabkan oleh pembatasan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah. (Bahauddin & Setiawan, 2023)

Setelah pandemi, para pengusaha dan wirausahawan mulai menyesuaikan diri dengan keadaan baru, banyak yang beralih dari berjualan secara offline menjadi penjual online. Bahkan, banyak orang yang awalnya bekerja di kantor dan mengalami PHK massal mencoba membuka bisnis secara online. Akibatnya, beberapa tahun setelah pandemi, e-commerce sangat diminati dan banyak UMKM bermunculan. (Andryanto, 2021)

Untuk bisa melahirkan inovasi diperlukan adanya perilaku inovatif pada pelaku UMKM. Perilaku inovatif mengacu pada kemampuan mengembangkan ide yang telah ada atau menciptakan ide baru dengan tujuan memberikan keuntungan. Perilaku inovatif adalah tindakan individu yang menghasilkan pengembangan, pengenalan, dan penerapan sesuatu yang unik yang bermanfaat bagi semua tingkat bisnis (Purba, 2009)

Perilaku inovatif merupakan perilaku kerja individu dengan memunculkan ide baru yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi, serta bermanfaat bagi pribadi maupun perusahaan (Septriani, 2021). Perilaku inovatif mendorong pemilik usaha untuk menciptakan ide baru yang lebih menguntungkan dan bermanfaat bagi UMKM yang dijalani (Rachmatsari dalam Saputri et al., 2023)

Menurut De Jong dan Den Hartog (2010), perilaku inovatif merupakan kontinum perilaku yang melibatkan proses berfikir kreatif (intrapersonal) hingga meyakinkan orang lain (interpersonal) dalam setiap pelaksanaan ide pada situasi pekerjaan. Ada empat indikator perilaku inovatif kerja yaitu: (1) *idea exploration* (karyawan mampu menemukan kesempatan atau sebuah masalah); (2) *idea generation* (karyawan mampu mengembangkan ide inovasi dengan menciptakan dan menyarankan ide untuk proses baru); (3) *idea championing* (karyawan diharapkan terdorong untuk mencari dukungan dalam mewujudkan ide inovasi baru yang telah dihasilkannya); dan (4) *idea implementation* (karyawan mempunyai keberanian untuk menerapkan ide baru tersebut kedalam proses kerja yang biasa dilakukan) (De Jong dan Den Hartog, 2010 dalam Damayanti, 2023).

Keuntungan dari perilaku kerja inovatif mencakup berfungsinya organisasi dan keadaan psikologi sosial karyawan, yang lebih tepatnya menjadi keuntungan pada penghasilan karyawan, kepuasan kerja karyawan, dan komunikasi interpersonal yang lebih baik (Janssen et al., 2004). Karyawan yang mempunyai perilaku inovatif, mereka dapat menciptakan atau mengkombinasikan ide-ide kreatif tersebut menjadi suatu hal yang baru dan mempunyai keberanian untuk mengembangkan ide tersebut pada Perusahaan (Hadi et al., 2020). Sugiarto menyatakan dalam ulang tahun korporasi yang ke 54, bahwa sejak 1982 hingga tahun 2011, PT Astra International, Tbk telah menghasilkan 3.600.000 tema perilaku kerja inovatif perorangan yang dikenal dengan istilah *suggestion system*. Kebijakan tersebut menunjukkan bahwa

perilaku kerja inovatif dipandang sebagai kebijakan yang menyeluruh dalam meningkatkan kompetensi organisasi (Soebardi, 2020)

Selain berani untuk berinovasi dan mengembangkan suatu ide yang kreatif menjadi suatu realitas yang baru, seorang pelaku UMKM juga harus mempunyai keberanian untuk terlibat langsung mengambil resiko di saat ide tersebut gagal. Kegagalan yang dimaksud adalah hasil yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan. seorang yang berperilaku inovatif akan berusaha untuk berupaya memecahkan masalah dengan menggunakan cara yang lebih efektif dan efisien. (Hadi et al., 2020). Terbatasnya perilaku inovatif akan menimbulkan masalah, seperti rendahnya kualitas individu yang menjalani UMKM, rendahnya produktivitas dan mutu barang, minimnya inovasi, rendahnya pemahaman tentang wirausaha dan sulit dalam pengembangan usaha (Sedyastuti dalam Saputri et al., 2023)

1.2 Signifikansi Penelitian

Peneliti membutuhkan beberapa referensi yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti, penelitian terdahulu di butuhkan untuk menjadi dasar referensi dan di jadikan bahan perbandingan. Adapun penelitian yang akan diteliti saat ini adalah “Perilaku Inovatif pada Pelaku UMKM Bebek Kretek Bangkalan”. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan:

Penelitian yang di lakukan oleh Bahauddin dan Setiawan (2023) dengan judul “Dampak Pandemi terhadap Omset Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Analisis Review”. Penelitian tersebut dilakukan di Sleman dengan melihat Omzet UMKM Ketika pandemi melanda, hasil penelitian menunjukkan bahwa omzet UMKM menurun ketika pandemi, sebab adanya pembatasan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah. Sehingga mengharuskan para pelaku UMKM untuk beradaptasi dan membuat strategi baru agar dapat menaikkan omzet penjualannya. Dan salah satu yang paling banyak dilakukan para pelaku UMKM tersebut adalah dengan melakukan penjualan secara online.

Selain penelitian diatas, ada penelitian serupa yang dilakukan oleh Nathaniel (2022) dengan judul “Strategi Pengambilan Keputusan UMKM Kuliner Menuju Masa Endemi” dengan teknik pengumpulan data yang berbeda. Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara serta dokumentasi yang dilakukan

pada 4 UMKM kuliner berbeda. Dan hasilnya menunjukkan bahwa strategi yang mereka ambil adalah dengan cara beralih menjadi penjual online. Mengapa penelitian ini dianggap relevan, karena subjek yang akan peneliti teliti memulai usahanya setelah pandemi covid-19.

Penelitian yang dilakukan oleh (Bahauddin & Setiawan, 2023) yang berjudul “Pengaruh Motivasi Berprestasi dan Perilaku Inovatif Terhadap Keberhasilan Usaha” di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha karena berpengaruh dengan persepsi, keyakinan yang akan menimbulkan dorongan pemilik usaha atau pelaku bisnis untuk mendapatkan prestasi. Sedangkan perilaku inovatif berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha, perilaku inovatif menjadi pembeda dengan pemilik usaha atau pelaku bisnis lain sehingga menimbulkan ketertarikan pelanggan atau konsumen terhadap usaha yang dijalani.

Penelitian ini memiliki pembeda dengan penelitian yang akan dilakukan, peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan ini menggunakan pendekatan kuantitatif, serta variable yang diteliti peneliti hanya ada satu variable saja, yaitu perilaku inovatif, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan tiga variable, yaitu motivasi berprestasi, perilaku inovatif dan keberhasilan usaha.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Tico et al (2023) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Perilaku Kerja Inovatif terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Gorontalo”. Penelitian itu mengatakan bahwa dari ke empat dimensi perilaku inovatif hanya satu dimensi saja yang secara parsial tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan dengan variable kinerja karyawan.

Selain itu ada penelitian yang berjudul “*The Role of Tourism Awareness on the Innovative Work Behavior of Tlangoh Beach UMKM Actors*” yang dilakukan oleh Astuti et al (2024). Hasil dari penelitian tersebut mengatakan wisata untuk menumbuhkan perilaku kerja inovatif.

1.2 Fokus Penelitian

Dari fenomena yang terjadi, fokus penelitian ini adalah bagaimana perilaku inovatif pada pelaku UMKM Bebek Kretek Bangkalan?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana perilaku inovatif pada pelaku UMKM Bebek Kretek.

1.3 Manfaat penelitian

1) Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini adalah untuk menambah data empiris, menambah wawasan dan menyampaikan informasi baru dalam perkembangan ilmu Psikologi khususnya di bidang Industri dan Organisasi, terutama mengenai UMKM di Madura.

2) Manfaat Praktis

- a. Bagi UMKM lain dan Masyarakat umum, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada masyarakat bahwa perilaku inovatif dapat membantu UMKM untuk meningkatkan atau mengembangkan usahanya
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi acuan dasar bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji perilaku inovatif pada UMKM, terutama yang berkaitan dengan penggunaan teknologi digital dan strategi pemasaran. Peneliti selanjutnya dapat mengkaitkan dengan variabel-variabel pendukung, seperti kemampuan kepemimpinan, motivasi berprestasi atau yang lainnya.
- c. Bagi subjek Penelitian, Penelitian ini belum secara langsung memberikan dampak terhadap perubahan kebijakan atau strategi usaha yang dijalankan oleh subjek penelitian. Namun, melalui proses wawancara mendalam yang dilakukan, partisipan memperoleh ruang untuk merefleksikan kembali perjalanan usahanya, khususnya dalam hal perilaku inovatif yang selama ini dijalankan secara intuitif. Refleksi ini diharapkan dapat menjadi pijakan awal bagi pemilik usaha apabila di kemudian hari ingin menyusun strategi pengembangan bisnis yang lebih terarah dan berbasis pada pengalaman nyata yang telah dijalani.