

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner merupakan salah satu dari 16 subsektor industri kreatif di Indonesia. Dimana subsektor ini dapat diartikan sebagai pembuatan kuliner khas daerah serta pemasaran produk tersebut di Indonesia. Masuknya industri kuliner ke dalam industri kreatif juga dapat diartikan adanya nilai tambah produk yang diberikan lewat kreativitas yang dimiliki oleh pelaku industri kuliner, seperti kreasi cara pengolahan, resep, dan cara penyajian. Industri kuliner ini merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang tengah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Indonesia disebutkan bahwa dari total kontribusi perekonomian kreatif pada tahun 2016 terhadap PDB Indonesia industri kuliner berkontribusi sebesar 41,4 persen dari Rp 922 triliun (Agmasari, 2018). Hal ini memperlihatkan bahwa industri kuliner merupakan salah satu subsektor utama dari industri kreatif. Hal ini dapat dibuktikan dimana Industri kuliner merupakan salah satu dari tiga subsektor unggulan dari industri kreatif yang terus dikembangkan oleh Kementerian Perindustrian selain *fashion* dan kerajinan (Marketeers,2015).

Selain menjadi fokus bagi Kementerian Perindustrian, industri kuliner juga merupakan salah satu dari sembilan subsektor yang menjadi prioritas Pemerintah Sumatera Barat. Adapun sembilan subsektor yang menjadi prioritas Pemerintah

Provinsi Sumatera Barat yaitu *fashion*, kuliner, musik, kerajinan tangan, fotografi, desain, animasi, seni pertunjukkan, dan film (Faisal,2016).

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terkenal akan kekayaan kuliner. Kuliner seperti makanan khas dari daerah Minangkabau ini sudah terkenal tidak hanya secara nasional namun juga internasional. Hal ini semakin didukung ketika rendang yang merupakan makanan khas dari Sumatera Barat ditetapkan sebagai makanan terenak di dunia oleh CNN. Kekayaan kuliner Sumatera Barat ini merupakan salah satu daya tarik bagi para wisatawan untuk datang ke Sumatera Barat.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Asing yang Datang ke Sumatera Barat melalui Bandara Internasional Minangkabau

Tahun	Jumlah Wisatawan Asing
2013	44.135
2014	50.196
2015	42.518
2016	50.264
2017	56.325

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia

Tabel di atas menunjukkan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Sumatera Barat melalui Bandara Internasional Minangkabau dari tahun 2013 sampai tahun 2017. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa secara keseluruhan adanya peningkatan jumlah wisatawan asing yang datang ke Sumatera Barat, kecuali pada tahun 2015.

Selain wisatawan asing, Sumatera Barat juga banyak dikunjungi oleh wisatawan dalam negeri. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS)

diperlihatkan bahwa jumlah wisatawan dalam negeri yang mengunjungi Sumatera Barat mengalami peningkatan dalam dua tahun terakhir. Pada tahun 2016 terdapat sebanyak 15.552.587 orang wisatawan dalam negeri yang mengunjungi Sumatera Barat. Sedangkan pada tahun 2017 terdapat sebanyak 16.947.577 orang wisatawan dalam negeri yang mengunjungi Sumatera Barat. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengunjung atau wisatawan dalam negeri yang datang ke Sumatera Barat mengalami peningkatan.

Peningkatan jumlah wisatawan asing maupun wisatawan dalam negeri yang berkunjung ke Sumatera Barat dapat dijadikan sebagai peluang untuk meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Melalui industri kuliner, masyarakat dapat mengambil peluang untuk meningkatkan pendapatannya. Usaha yang dapat dilakukan oleh masyarakat yaitu dengan membuat makanan khas Sumatera Barat sebagai oleh-oleh bagi para wisatawan. Hal ini dikarenakan ketika mengunjungi suatu daerah para wisatawan cenderung suka mencari oleh-oleh khas dari daerah yang dikunjungi.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan beberapa pelaku usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat diketahui bahwa meningkatnya jumlah wisatawan asing dan wisatawan dalam negeri yang datang ke Sumatera Barat memberi pengaruh terhadap pembelian produk kuliner berupa oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat. Adapun makanan khas daerah yang biasanya dijadikan oleh-oleh bagi para wisatawan asing maupun dalam negeri yang berkunjung ke Sumatera Barat yaitu keripik sanjai balado, karak kaliang, gelamai, rakik maco, kipang kacang, kue sapik, rendang telur, rendang daging, dendeng balado, kerupuk

jangek, rakik udang, keripik pisang, kacang tojin, dan lain-lain. Dengan meningkatnya pembelian produk menyebabkan usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat lebih meningkatkan produktivitasnya dan menyebabkan meningkatnya penjualan atas produk tersebut. Meningkatnya penjualan usaha pusat oleh-oleh khas Sumatera Barat ini akan mengarah pada peningkatan kinerja perusahaannya.

Adanya peluang atas usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat yang didukung dengan meningkatnya pembelian produk oleh para wisatawan asing dan dalam negeri menyebabkan para pemilik mulai menerapkan inovasi dalam usahanya. Hal ini disebabkan peluang tadi membuat semakin banyaknya usaha sejenis yang bermunculan yang menyebabkan meningkatnya tingkat persaingan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Sumatera Barat menyebutkan bahwa terdapat peningkatan jumlah industri kecil dan menengah dimana usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat diproduksi pada industri ini. Pada tahun 2015 terdapat 18.731 unit industri kecil dan menengah dan meningkat menjadi 21.944 unit pada tahun 2016. Tingkat persaingan pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas daerah ini juga semakin meningkat dengan munculnya berbagai usaha kue oleh-oleh yang dimiliki oleh para artis Indonesia yang biasa disebut kue artis. Dimana para artis tersebut menjual produknya dengan menggabungkan kue yang disebut sebagai oleh-oleh khas daerah yang ada di Indonesia dengan memanfaatkan popularitas yang dimilikinya. Fenomena munculnya kue artis ini dapat mengancam usaha pusat oleh-oleh makanan khas daerah yang benar-benar menjual makanan khas dari daerah setempat.

Berdasarkan wawancara (2018) yang dilakukan dengan pengusaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat, maka diperoleh informasi bahwa inovasi merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh pengusaha. Hal ini berkaitan dengan semakin banyaknya bisnis sejenis yang bermunculan yang menyebabkan semakin tingginya tingkat persaingan. Selain itu, selera dan permintaan konsumen juga ikut berubah. Tingginya tingkat persaingan ini menyebabkan pengusaha tersebut dituntut untuk dapat lebih berinovasi. Namun, berdasarkan hasil wawancara pengetahuan pengusaha mengenai inovasi masih kurang karena masih terdapat pengusaha yang masih belum dapat menerapkan dengan baik konsep inovasi terhadap usahanya. Hal ini dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan usaha tersebut.

Menurut Lin, Peng, dan Kao (2008), kinerja perusahaan adalah hasil yang dicapai dalam memenuhi tujuan internal dan eksternal suatu perusahaan. Kinerja perusahaan dapat menunjukkan sejauh mana kinerja dan prestasi dari suatu usaha. Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle (2011) mengatakan bahwa inovasi adalah salah satu faktor kunci untuk keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini dapat dilakukan perusahaan untuk dapat bertahan bahkan mengungguli para pesaingnya. Menurut Atalay, Anafarta, & Sarvan (2013), kinerja perusahaan dipengaruhi oleh inovasi proses dan inovasi produk. Prajogo (2016) juga mengatakan bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi oleh inovasi proses dan juga inovasi produk.

Inovasi proses dapat diartikan sebagai cara perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas perusahaan dengan menerapkan cara atau teknik baru ke

dalam metode operasi serta menurunkan biaya produksi dan juga pengiriman (Un & Asakawa, 2015). Hasil penelitian Atalay *et al.* (2013) menyatakan bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi secara positif oleh inovasi proses. Zhang, Wang, Zhao, & Zhang (2017) juga menunjukkan inovasi proses mempengaruhi kinerja perusahaan secara positif. Pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat, inovasi proses yang dilakukan dapat berupa peralihan dari proses produksi atau memasak yang tradisional ke cara yang lebih modern dengan menggunakan mesin yang lebih modern seperti pemotong atau pengering dalam proses produksi. Penggunaan mesin-mesin tersebut dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan produktivitas.

Selain inovasi proses, inovasi produk juga berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Menurut Suhag, Solangi, & Larik (2017), inovasi produk yaitu penemuan produk baru, peningkatan kualitas produk, atau penambahan bahan baru, komponen atau fungsi berharga ke dalam produk yang sudah ada. Inovasi produk pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat dapat berupa penambahan bahan baru atau penggantian bahan pada produknya dengan memunculkan rasa baru pada produk makanannya, dll. Hasil penelitian Lee, Lee, & Garrett (2017) menyatakan inovasi produk memiliki pengaruh yang positif pada kinerja perusahaan. Hasil yang sama juga didapatkan oleh Saeidi dan Othman (2017) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk melihat keterkaitan atas penerapan inovasi proses, inovasi produk, dan kinerja

perusahaan pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat **“Keterkaitan Inovasi Proses, Inovasi Produk, dan Kinerja Perusahaan pada Usaha Pusat Oleh-oleh Makanan Khas Sumatera Barat.”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh inovasi proses terhadap inovasi produk pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat?
2. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap kinerja perusahaan pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat?
3. Bagaimana pengaruh inovasi proses terhadap kinerja perusahaan pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi proses terhadap inovasi produk pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja perusahaan pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi proses terhadap kinerja perusahaan pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan yang berhubungan dengan pokok-pokok bahasan yang diangkat dalam penelitian ini :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk para pelaku usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat yang menunjang pariwisata di Sumatera Barat dalam menerapkan inovasi proses dan inovasi produk agar diperolehnya kinerja perusahaan yang lebih baik.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca mengenai inovasi proses, inovasi produk, dan kinerja perusahaan pada usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi dengan hanya membahas tentang inovasi proses dan inovasi produk yang mempengaruhi kinerja perusahaan usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat. Data yang digunakan yaitu pemilik /pimpinan usaha pusat oleh-oleh makanan khas Sumatera Barat.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisikan landasan teoritis mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan tentang desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, sumber data dan metode pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, pengujian data, serta teknik analisis data.

BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Berisikan deskripsi mengenai objek penelitian, analisis kuantitatif, intepretasi dan argumen atas hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian bagi pihak yang berkepentingan.

