

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah Kota Padang, menghadapi tekanan ekonomi yang semakin kompleks. Kenaikan Biaya hidup yang tidak sebanding dengan pertumbuhan pendapatan dan terbatasnya kesempatan kerja telah mendorong individu untuk menyesuaikan gaya hidup mereka. Salah satu adaptasi yang mencolok adalah munculnya tren gaya hidup frugal, yakni gaya hidup hemat dan efisien dalam mengelola pengeluaran. Gaya hidup secara sederhana atau pilihan hidup untuk mengeluarkan biaya sewajarnya ini disebut gaya hidup *frugal*. Gaya hidup *frugal* menjadi semakin populer di tengah masyarakat saat ini sebagai respons terhadap tantangan ekonomi dan kebutuhan akan keberlanjutan. Gaya hidup ini mencakup kebiasaan hemat, pengelolaan anggaran yang bijaksana, dan pemilihan produk atau layanan yang efisien secara ekonomis (Suárez et al., 2020).

Global Entrepreneurship Monitor (GEM), yang membagi motif kewirausahaan menjadi jenis yang didorong oleh kebutuhan untuk bertahan hidup (Necessity based entrepreneur) dan yang didorong oleh peluang (opportunity based entrepreneurship) (Huang, Li, Chen, & Wang, 2023). Kewirausahaan yang didorong oleh kebutuhan dipandang sebagai cara penting untuk mengurangi pengangguran dan meningkatkan aktivitas kewirausahaan (Sendra-Pons et al., 2022). Sementara itu, kewirausahaan yang didorong oleh peluang mendorong pertumbuhan ekonomi yang cepat dan berkelanjutan (Huang, Li, Chen, & Wang,

2023). Perbedaan mendasar dari kedua jenis kewirausahaan tersebut adalah beberapa pengusaha menciptakan bisnis ketika melihat peluang bisnis, sementara pengusaha lain terpaksa memulai bisnis karena terpaksa karena kurangnya pilihan lain di pasar tenaga kerja (fairlie, 2020).

Dalam konteks *frugal living*, salah satu elemen utama yang perlu diperhatikan adalah biaya hidup yang dikeluarkan oleh setiap individu. Biaya hidup ini tidak hanya mencerminkan pengeluaran sehari-hari, tetapi juga mencerminkan prioritas dan fokus individu dalam penggunaan sumber daya keuangan mereka. Dengan memahami pola pengeluaran ini, kita dapat lebih jauh menganalisa potensi munculnya *frugal entrepreneurship* atau *Frugal Innovation* yang dapat berkembang dari kondisi biaya hidup di suatu daerah. Gambar berikut memberikan gambaran mengenai biaya hidup di berbagai daerah/kota pada tahun 2018 dan 2022. Mari kita lihat lebih lanjut informasi yang disajikan dalam gambar ini:



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) 2022

**Gambar 1.1** Survei Biaya Hidup (SBH) 2018 dan 2022

Data ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang perubahan dan tren biaya hidup yang mungkin mempengaruhi keputusan individu dalam menjalani *frugal living* serta peluang inovasi yang mungkin muncul dari situasi tersebut. Dalam periode perbandingan Survei Biaya Hidup (SBH) 2018 dengan SBH 2022 diatas, nilai konsumsi rata-rata atau biaya hidup per bulan di Indonesia naik di kisaran Rp 1 juta hingga Rp 1,5 juta. Semakin tinggi biaya hidup, semakin besar kecenderungan individu untuk memprioritaskan barang yang akan dibelinya, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk mengadopsi *frugal living*. Dalam situasi di mana sumber daya finansial terbatas, konsumen cenderung lebih selektif dalam pengeluaran mereka, memilih barang dan jasa yang memberikan nilai terbaik dan memenuhi kebutuhan dasar mereka (Suárez et al., 2020). Hal ini menciptakan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana dan penggunaan sumber daya secara efisien. Dengan demikian, *frugal living* menjadi semakin relevan, karena individu berusaha untuk mengurangi pengeluaran dan memaksimalkan manfaat dari setiap pembelian. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kesadaran akan konsekuensi ekonomi dari konsumsi dapat mempengaruhi perilaku *frugal*, di mana individu yang lebih sadar akan biaya hidup yang tinggi cenderung lebih memilih untuk mengadopsi pola konsumsi yang hemat.

Dalam analisis sebelumnya, telah dijelaskan bahwa *frugal living* dipengaruhi oleh tingkat pendapatan individu serta fokus dan prioritas dalam pengeluaran. Faktor-faktor ini tidak terlepas dari kondisi lapangan kerja yang ada

di masing-masing wilayah, yang berhubungan erat dengan kesempatan kerja yang tersedia. Pemahaman tentang angka kesempatan kerja di Sumatera Barat menjadi penting untuk mendukung pernyataan tersebut. Tabel berikut menyajikan data mengenai kesempatan kerja di Sumatera Barat, yang mencakup informasi terkini tentang jumlah angkatan kerja dan penduduk yang bekerja. Mari kita lihat lebih lanjut informasi yang disajikan dalam tabel ini.

**Tabel 1.1 Kesempatan Kerja di Sumatera Barat Tahun 2019-2023**

Tahun	Angkatan Kerja	Bekerja	TKK*	Pertumbuhan TKK*
	(Orang)	(Orang)	(Persen)	(Persen)
2019	2.599.013	2.460.554	94.67	0.22
2020	2.772.133	2.581.524	93.12	(1.55)
2021	2.761.392	2.581.444	93.48	0.36
2022	2.868.270	2.688.164	93.72	0.24
2023	3.024.430	2.844.925	94.06	0.34

\*Tingkat Kesempatan Kerja

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) 2024

Data ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana kondisi pasar kerja mempengaruhi keputusan individu dalam menerapkan *frugal living* dan berkontribusi pada inovasi serta kewirausahaan di daerah tersebut. Dari tabel 1.1 data menunjukkan bahwa meskipun pertumbuhan kesempatan kerja secara absolut mengalami peningkatan, tapi persentase tingkat pertumbuhan dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Tahun 2021 tingkat kesempatan kerja naik hingga 36% dikarenakan pasca covid-19 perusahaan mulai beroperasi kembali. Kemudian pertumbuhan tingkat kesempatan kerja tahun 2022 menurun sebesar 12%. Tahun 2023 pertumbuhan kesempatan kerja mencapai 34%. Namun, tingkat pertumbuhan ini tidak sebesar tahun 2021. Pertumbuhan tidak baik, tingkat biaya hidup naiknya eksponensial

membuat orang semakin terpaksa untuk berhemat. Berhemat semakin harus mengeluarkan uang untuk hal-hal yang jauh lebih prioritas daripada mengeluarkan uang untuk hal-hal yang sekunder dan tersier.

Grafik berikut menyajikan data mengenai tingkat pendapatan di Sumatera Barat selama tahun 2018 hingga 2023. Data ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang tren pendapatan yang terjadi, serta implikasinya terhadap pola pengeluaran dan kesempatan kerja di wilayah ini. Mari kita lihat lebih lanjut informasi yang disajikan dalam grafik ini.



**Grafik 1.1 Tingkat Pendapatan di Sumatera Barat Tahun 2018-2023**

Dari grafik 1.1 pertumbuhan pendapatan cenderung stagnan, gambar 1.1 menunjukkan bahwa biaya hidup semakin tinggi dan tabel 1.1 pertumbuhan kesempatan kerja semakin rendah membuat orang-orang yang sudah bekerja, orang yang belum bekerja mau tidak mau terpaksa untuk berfikir hemat. Itulah kenapa orang akan hidup *frugal* yang kemudian baru bisa terlihat *frugal living* itu memang terjadi.

*Frugal living* menurut (Suárez et al., 2020) tidak hanya mencakup pengurangan pengeluaran, tetapi juga mencerminkan perubahan pola pikir konsumen yang lebih memilih untuk berinvestasi dalam kebutuhan jangka

panjang daripada memenuhi keinginan sesaat. Kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dan tanggung jawab sosial juga berkontribusi pada pergeseran ini, di mana banyak orang mulai mempertimbangkan dampak dari konsumsi mereka terhadap lingkungan dan masyarakat.

Di sisi lain, fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO), yakni perasaan takut tertinggal dari pengalaman sosial atau tren yang sedang berlangsung, turut memengaruhi perilaku konsumsi dan keputusan individu, termasuk dalam konteks kewirausahaan (Przybylski et al., 2013). Meskipun secara konseptual gaya hidup frugal dan FoMO tampak kontradiktif, pada praktiknya keduanya dapat secara simultan membentuk pola pikir konsumen dan pelaku usaha, terutama dalam upaya menciptakan nilai melalui pendekatan kewirausahaan yang adaptif dan responsif terhadap keterbatasan sumber daya.

*Fear of Missing Out* (FoMO) telah menjadi fenomena yang signifikan dalam konteks sosial dan ekonomi modern, terutama di era digital di mana individu terus-menerus terpapar pada informasi tentang pencapaian dan pengalaman orang lain melalui media sosial. FoMO diidentifikasi sebagai faktor pendorong yang dapat memotivasi individu untuk terlibat dalam kewirausahaan *frugal*, yaitu pendekatan yang menekankan pada pengembangan usaha yang efisien dan hemat biaya. Ketika individu merasakan FoMO, mereka cenderung merasa tertekan untuk tidak ketinggalan dalam tren atau inovasi terbaru, yang mendorong mereka untuk menciptakan solusi yang inovatif dan terjangkau. Hal ini menciptakan peluang bagi kewirausahaan *frugal*, di mana individu dapat memanfaatkan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan pasar

dengan cara yang lebih efisien. Dengan demikian, *FoMO* tidak hanya berfungsi sebagai dorongan sosial, tetapi juga sebagai pendorong yang kuat bagi individu untuk memulai usaha yang berorientasi pada nilai dan efisiensi, sehingga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Inovasi *frugal* (*frugal innovation*/FI) merupakan inovasi berbiaya rendah (*low-cost innovations*/LCIs) yang dikembangkan untuk menjangkau konsumen di segmen *bottom of the pyramid* (BOP), yaitu kelompok masyarakat dengan akses terbatas terhadap pasar (Lim & Fujimoto, 2019). Kelompok "tidak terlayani" ini terdiri dari individu yang tidak mampu membeli produk, layanan, atau hunian tertentu karena tingginya biaya, kompleksitas, spesifikasi teknis, komponen struktural, atau desain yang terlalu canggih (Lim & Fujimoto, 2019). Dengan demikian, *frugal innovation* tidak hanya berfungsi sebagai dorongan sosial, tetapi juga sebagai pendorong yang kuat bagi individu untuk memulai usaha yang berorientasi pada nilai dan efisiensi, sehingga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Inovasi *frugal* menjadi strategi yang menjanjikan dalam menyediakan produk, layanan, dan model bisnis bagi konsumen yang lebih luas, terutama di lingkungan yang terbatas sumber dayanya. Pendekatan ini menekankan pada keterjangkauan, optimalisasi sumber daya, dan desain yang berpusat pada pengguna, sehingga memungkinkan inovasi tetap dapat diakses dalam konteks yang tidak terjangkau oleh metode konvensional (Velananda et al., 2023)

Kewirausahaan *frugal* dipandang sebagai salah satu strategi penting dalam mencapai keberhasilan bisnis, karena berfokus pada segmen konsumen

berpenghasilan rendah yang umumnya kurang diperhatikan oleh perusahaan besar yang lebih mengutamakan produk-produk premium dan berharga tinggi (Amadi & Thom-Otuya, 2024). Pendekatan ini berfokus pada penyediaan produk atau layanan dengan harga terjangkau bagi segmen konsumen berpendapatan rendah. Segmen pasar ini mencakup konsumen potensial yang memiliki keinginan terhadap suatu produk, namun daya beli mereka terbatas (Velananda et al., 2023). Segmen ini sering kali kurang diperhatikan oleh perusahaan-perusahaan besar, yang cenderung mengarahkan sumber daya mereka untuk memproduksi barang-barang mewah dan berharga tinggi. Akibatnya, terdapat kesenjangan pasar yang dapat diisi oleh pelaku kewirausahaan frugal melalui inovasi yang sederhana namun bernilai, dengan tetap mempertahankan kualitas dan relevansi produk terhadap kebutuhan nyata masyarakat.

Menurut Leach and Melicher (2020) konteks entrepreneurship atau kewirausahaan, proses mengubah ide menjadi peluang dan menciptakan nilai dan entrepreneur adalah individu yang berpikir, bernalar, dan bertindak untuk mengubah ide menjadi peluang komersial dan menciptakan nilai. Inovasi produk yang lebih murah sering kali dihasilkan oleh pengusaha yang peka terhadap situasi dan kondisi pasar. Ketika pengusaha menyadari bahwa banyak potensi pelanggan memiliki daya beli yang rendah atau menghadapi biaya hidup yang semakin tinggi, mereka terdorong untuk menciptakan solusi yang lebih terjangkau. Dalam konteks ini, pengusaha berusaha untuk menemukan cara-cara baru dalam memproduksi barang dengan biaya yang lebih rendah, tanpa mengorbankan kualitas. Dengan demikian, mereka tidak hanya memenuhi

kebutuhan konsumen yang mencari produk dengan harga lebih murah, tetapi juga menciptakan peluang bisnis yang berkelanjutan. Inovasi ini menjadi strategi penting bagi pengusaha untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin menuntut efisiensi biaya, sekaligus memberikan akses kepada konsumen untuk mendapatkan produk yang mereka butuhkan dalam kondisi ekonomi yang menantang. Hal ini menciptakan siklus positif di mana pengusaha dan konsumen saling menguntungkan, mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang (2024), Usaha bisnis kuliner kemasan di Kota Padang mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mencari kemudahan dalam mengakses makanan. Produk kuliner kemasan mengacu pada berbagai metode dan bahan yang digunakan untuk mengemas produk makanan, memastikan kualitas, keamanan, dan daya tariknya bagi konsumen (Yan et al., 2022). Dengan meningkatnya kesibukan masyarakat, banyak pengusaha mulai menawarkan produk siap saji dalam kemasan menarik yang praktis dan mudah dibawa. Inovasi juga terlihat dari hadirnya pilihan makanan sehat dan bergizi, serta penggunaan kemasan ramah lingkungan. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran efektif memungkinkan pengusaha menjangkau konsumen lebih luas dan menciptakan buzz melalui kolaborasi dengan influencer lokal. Fenomena *FoMO* turut berperan, mendorong konsumen untuk mencoba produk baru yang sedang tren, sehingga usaha kuliner kemasan tidak hanya fokus pada penyediaan makanan, tetapi juga pada pengalaman konsumen yang menarik dan relevan dengan tren saat ini.

Berdasarkan pemaparan latar belakang, perlu dilakukan penelitian terkait Pengaruh *Frugal Living* dan *FoMO* Terhadap *Frugal Entrepreneurship* dengan *Frugal Innovation* Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang).

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *frugal living* terhadap *frugal innovation* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh perilaku *fear of missing out (FoMO)* terhadap *frugal innovation* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *frugal innovation* terhadap *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *frugal living* terhadap *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh perilaku *fear of missing out (FoMO)* terhadap *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang?
6. Bagaimanakah pengaruh *frugal living* terhadap *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang melalui *frugal innovation* sebagai variabel mediasi?



7. Bagaimana pengaruh perilaku *fear of missing out (FoMO)* terhadap *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang melalui *frugal innovation* sebagai variabel mediasi?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *frugal living* berpengaruh terhadap *frugal innovation* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang.
2. Mengetahui dan menganalisa pengaruh perilaku *fear of missing out (FoMO)* berpengaruh terhadap *frugal innovation* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang.
3. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *frugal innovation* berpengaruh terhadap *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang.
4. Mengetahui dan menganalisa pengaruh perilaku *frugal living* berpengaruh terhadap *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang.
5. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *fear of missing out (FoMO)* berpengaruh terhadap *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang.
6. Mengetahui dan menganalisa pengaruh perilaku *frugal living* terhadap *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang melalui *frugal innovation* sebagai variabel mediasi.
7. Mengetahui dan menganalisa pengaruh perilaku *fear of missing out (FoMO)* terhadap *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro



Kuliner Kemasan di Kota Padang melalui *frugal innovation* sebagai variabel mediasi.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak seperti:

##### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini untuk mengetahui hubungan teoritis antara *frugal living*, *FoMO*, *frugal innovation* dan *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang.

##### 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan update terhadap *frugal living*, *FoMO*, *frugal innovation* dan *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang.

#### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak seperti:

##### 1. Ruang Lingkup Konseptual

Pada penelitian ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian yang mana berfokus membahas tentang *frugal living*, *FoMO*, *frugal innovation* dan *frugal entrepreneurship* pada pelaku Usaha Mikro Kuliner Kemasan di Kota Padang.

##### 2. Ruang Lingkup Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pemahaman terhadap calon pengusaha atau pengusaha agar lebih aware terhadap perubahan perilaku konsumen dalam mendirikan bisnis dan berbisnis.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dibagi ke dalam beberapa bab, dengan uraian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN LITERATUR**

Menjelaskan teori-teori yang digunakan, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka konseptual

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Menjelaskan desain penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, metode analisis.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Menjelaskan terkait profil responden, analisis deskriptif dari variabel penelitian, hasil pengujian data hipotesis beserta pembahasan tentang hasil yang diperoleh.

### **BAB V PENUTUP**

Menjelaskan terkait kesimpulan, implikasi, keterbatasan dan saran penelitian yang relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.