

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini membawa perubahan pada dunia bisnis. Salah satunya yaitu munculnya perusahaan *Startup*. Ries (2011, dalam Nugraha & Wahyuhastuti, 2017) menjelaskan perusahaan *Startup* adalah suatu usaha yang baru didirikan, masih pada tahap pengembangan sekaligus penelitian potensi pasar dan termasuk dalam bidang usaha teknologi dan informasi. Pertumbuhan perusahaan *Startup* di Indonesia sangat meningkat. Berdasarkan data *StartupRanking.com* (2020) Indonesia tercatat sebagai negara ke-5 di dunia dengan jumlah perusahaan *Startup* terbanyak yaitu 2.176 perusahaan.

Perusahaan *Startup* tidak hanya tersebar di kota-kota besar saja namun juga ada di kota kecil salah satunya di Kota Padang. Berdasarkan data yang diperoleh dari *Digital Innovation Lounge (DILo)* (2020) perwakilan Padang, diketahui bahwa perusahaan *Startup* yang ada di Padang berjumlah 40 perusahaan. Adapun kategori perusahaannya terdiri dari *e-sport, e-commerce, tourism & travel, big data* dan *education-tech*. Jika dibandingkan dengan kota lain, kota Padang tidak ketinggalan dalam upaya mengikuti perkembangan zaman yang serba digital. Namun, perusahaan-perusahaan *Startup* di kota Padang secara keseluruhan belum bisa bersaing di tingkat nasional.

Banyaknya perusahaan *Startup* di Indonesia tidak semua terjamin akan berhasil mendapatkan profit yang tinggi. Hal itu disebabkan perusahaan *Startup* baru kebanyakan meniru perusahaan yang telah ada sebelumnya. Karena tergiur dengan pencapaiannya. Padahal untuk membangun usaha *Startup* yang notabene berbasis teknologi ini tidak bisa hanya sekedar coba-coba. Perlu persiapan salah satunya melakukan riset pasar agar perusahaan memiliki resiko yang kecil untuk gagal. Candra (2019) mengatakan bahwa perusahaan *Startup* di Indonesia 99% mengalami kegagalan, hanya 1% saja yang berhasil. Menurut Wirianto dan Zain (2015) salah satu alasan gagalnya perusahaan *Startup* adalah pegiat *Startup* kurang mengerti kondisi pasar, padahal pemahaman tentang kondisi pasar justru sangat diperlukan dalam memulai sebuah usaha.

Pada wawancara yang dilakukan dengan beberapa orang *founder* perusahaan *Startup* di Padang, diketahui bahwa terdapat hambatan yang dialami oleh para pegiat *Startup*. Mereka tidak selalu mendapatkan respon yang baik dari masyarakat dalam mengoperasikan produk dan jasanya. Padahal respon baik dari masyarakat menjadi satu hal pendorong agar perusahaan tetap berjalan. Dengan demikian, pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan tidak sebanding dengan pengeluaran yang wajib dikeluarkan. Akibatnya beberapa dari perusahaan *Startup* harus tutup buku dan berhenti beroperasi karena tidak ada lagi kemampuan untuk menjalankan perusahaan.

Dalam membangun usaha memang tidak selalu berjalan mulus atau sesuai dengan keinginan pegiat usaha. Sesuai yang dikatakan oleh Mustikarini & Soekanto (2017) bahwa secara umum dalam bisnis *Startup* akan melewati tahapan pertumbuhan bisnis sebelum mendapatkan keberhasilan. Pada setiap permasalahan yang ditemukan oleh pegiat *startup* di kota Padang tersebut apabila mampu menemukan strategi atau jalan keluar dari kendala yang dihadapi, maka perusahaan dapat meraih tujuannya. Para pegiat *startup* harus terus melakukan evaluasi serta merancang perencanaan kedepan agar perusahaan dapat berkembang serta mampu bertahan di tengah banyaknya pesaing.

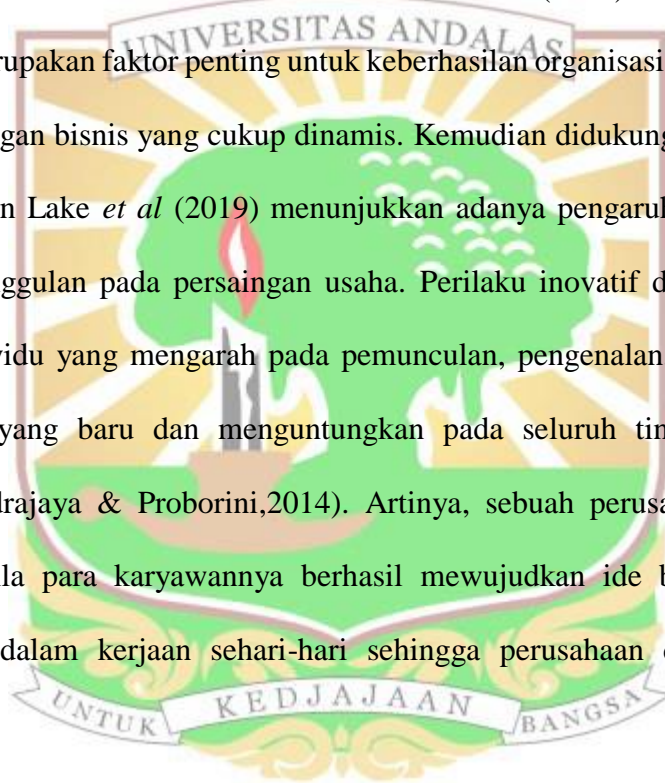
Agar produk atau jasa yang ditawarkan oleh *Startup* memiliki daya jual yang lebih menurut calon konsumen, sebaiknya pegiat *Startup* menawarkan sesuatu yang beda atau memiliki keunggulan dibandingkan dengan perusahaan lain. Sehingga tidak terkesan menduplikasi konsep-konsep perusahaan *Startup* yang lebih dahulu berdiri. Salah satu contoh inovasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan *Startup* yaitu, misalkan pada perusahaan sektor transportasi, yang biasanya menawarkan jasa jemput antar dari satu tempat ke tempat yang lain saat hari kerja, mereka bisa menawarkan jasa perjalanan wisata lokal pada saat akhir pekan. Hal ini dapat menjadi pembeda antara produk yang ditawarkan oleh perusahaan nasional dengan perusahaan lokal namun pada sektor usaha yang sama. Berdasarkan wawancara Republika.co.id dengan Irwan Suryady (2015), ia menyebutkan bahwa salah satu kunci *Startup* yang sukses itu adalah kemampuan

perusahaan menawarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Sejalan dengan yang dikatakan oleh Moecke & Hofer (2015, dalam Setiawan *et al*, 2020) bahwa konsumen menginginkan produk yang inovatif. **Untuk itu pegiat *Startup* seharusnya aktif dalam melakukan inovasi dengan menerapkan perilaku kerja inovatif saat bekerja sehari-hari.** Tujuan inovasi menurut Wahyono (2002) adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Tindakan inovasi merupakan salah satu solusi yang bisa diterapkan untuk menghadapi persaingan dari pegiat usaha lain (Buli,2017, dalam Wijanarko & Purba,2018).

Menurut Amo & Kolvereid (2005, dalam Firdausiah & Etikariena, 2021) sebuah perusahaan dapat berkembang dan bertahan dalam persaingan apabila karyawannya mampu menerapkan ide-ide baru yang mereka temukan ke dalam pekerjaannya. Untuk itu ketika ide atau gagasan baru telah didapatkan, pegiat *Startup* sebaiknya segera mengkomunikasikan dan mendiskusikannya dengan tim supaya ide yang ditemukan tersebut tidak hanya menjadi sebuah wacana tetapi bisa sampai ke tahap realisasi. Sebagai perusahaan yang baru dirintis, perusahaan *Startup* harus berjuang untuk mencari jalan keluar dari semua hambatan yang ditemui agar perusahaan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Perusahaan *Startup* harus berkembang secara dinamis karena banyaknya kompetitor mengakibatkan perusahaan *Startup* tidak bisa merasa aman tanpa adanya gerakan atau inovasi untuk mengembangkan perusahaan. Hal ini sesuai

dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Imran, Saeed, Anis-ul-Haq & Fatima (2010) bahwa semua perusahaan perlu adanya inovasi yang melahirkan ide-ide baru agar bisa bersaing di era pertumbuhan teknologi ini. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Slater & Narver (1994) bahwa keberhasilan perusahaan mengembangkan inovasi akan mampu mendorong pasar serta meningkatkan kinerja perusahaan. Menurut Yuan dan Woodman (2010) Perilaku Inovatif Karyawan merupakan faktor penting untuk keberhasilan organisasi atau perusahaan dalam lingkungan bisnis yang cukup dinamis. Kemudian didukung oleh penelitian yang dilakukan Lake *et al* (2019) menunjukkan adanya pengaruh positif inovasi terhadap keunggulan pada persaingan usaha. Perilaku inovatif diartikan sebagai tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan pada seluruh tingkat organisasi (Logahan, Indrajaya & Proborini, 2014). Artinya, sebuah perusahaan dikatakan inovatif apabila para karyawannya berhasil mewujudkan ide baru yang telah ditemukan kedalam kerjaan sehari-hari sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya.



Manfaat penelitian ini ditujukan kepada pegiat *startup* (*founder* dan karyawan) yang ada di kota Padang yang sedang dalam tahap pengembangan perusahaan. Dari penelitian ini diharapkan perusahaan dapat menerapkan Perilaku Kerja Inovatif yang dapat menjadikan perusahaan dapat bertahan, maju ditengah persaingan yang ketat dan bisa mencapai tujuannya.