

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Sejak dulu, kuliner selalu menjadi incaran masyarakat. Kondisi ini dimanfaatkan masyarakat yang berjiwa bisnis untuk mendapatkan penghasilan dengan membuat bisnis kuliner. Namun, omzet yang didapat di bawah Rp4,8 Miliar per tahun, bisnis tersebut lebih dikenal sebagai UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Berdasarkan data Kategori UMKM per Kab/Kota – Semarang Satu Data tahun 2022, UMKM yang terdaftar di Semarang adalah 141.570.

Terdapat dua jenis UMKM kuliner, yaitu UMKM dengan jenis kuliner berat, dan UMKM dengan jenis kuliner ringan. UMKM dengan jenis kuliner berat seperti bakso, sate dan soto. Sedangkan UMKM dengan jenis kuliner ringan seperti roti bakar, kue kering dan donat.

Penelitian ini, berfokus pada UMKM dengan jenis kuliner ringan yaitu donat. Peneliti akan meneliti UMKM peneliti sendiri yaitu DELIMA Donat. DELIMA Donat berdiri sejak 17 Februari 2021. Visi DELIMA Donat yaitu terus berinovasi untuk memproduksi donat yang berkualitas, sehingga DELIMA Donat tetap ada di hati *customer*. Serta misi DELIMA Donat yaitu memilih bahan-bahan yang berkualitas dan mematuhi protokol kesehatan. Tujuan DELIMA Donat yaitu produk yang dihasilkan dapat digemari masyarakat, sehingga produk dapat terkenal dan terpercaya.

DELIMA Donat memproduksi sesuai pesanan, sehingga produk yang dihasilkan selalu baru. Produksi dimulai dari pukul 02.00 WIB, jika pesanan dikirim 08.00 WIB. Produksi dimulai dari pukul 06.00 WIB, jika pesanan dikirim 11.00 WIB. Produksi dimulai pukul 14.00 WIB, jika pesanan dikirim 17.00 WIB.

DELIMA Donat menawarkan produk melalui Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Produk yang ditawarkan adalah donat (sebagai produk andalan), dorayaki, profertjess, dan *chicken crispy*.



Gambar 1 1 Bomboloni dan Donat Topping



Gambar 1 2 Donat dengan inovasi pada topping



Gambar 1 3 Dorayaki



Gambar 1 5 Profertjess dengan inovasi pada bentuk dan topping



Gambar 1 4 Chicken Crispy

Berdasarkan data Februari 2021 sampai Oktober 2021 DELIMA Donat telah menjual lima ratus delapan puluh empat donat, dua puluh satu dorayaki, dan tiga profertjess, seratus enam puluh dua *chicken crispy*. Berikut data detail penjualan DELIMA Donat:

Tabel 1 Data Penjualan Produk DELIMA Donat Bulan Februari 2021 sampai Bulan Desember 2021.

Bulan	Total Donat / satuan	Total Dorayaki / satuan	Total Profertjess / satuan	Total Chicken Crispy / satuan
Februari	225	Belum tersedia	Belum tersedia	Belum tersedia
Maret	127	Belum tersedia	Belum tersedia	Belum tersedia
April	29	19	Belum tersedia	Belum tersedia
Mei	29	2	3	8
Juni	10	0	0	0
Juli	46	0	0	80
Agustus	22	0	0	16
September	21	0	0	0
Oktober	59	0	0	40
November	16	0	0	18
Desember	0	0	0	0
Total	584	21	3	162

Sumber data : sekunder

Melalui data tersebut, dapat diketahui bahwa penjualan DELIMA Donat tidak stabil dan cenderung menurun. Penurunan penjualan pada bulan Maret sampai bulan Mei ini disebabkan karena produk donat yang masih belum sempurna seperti kurang empuk berminyak yang diketahui dari kritik konsumen selama bulan Maret sampai bulan Mei. Inovasi terus dilakukan pada resep donat dan untuk menambah penghasilan pemilik memproduksi dorayaki, profertjess, dan *chicken crispy*.

Mulai bulan Juni, produk sudah mulai baik (empuk dan tidak berminyak). Namun, DELIMA Donat masih mengalami ketidakstabilan penjualan produk yang cenderung menurun. Hal ini disebabkan karena kurangnya tenaga kerja dalam membentuk adonan sehingga pengiriman terlambat, dan kepercayaan konsumen menurun.

Dalam menghadapi hal tersebut, gagasan-gagasan baru dan kreatif dibutuhkan oleh DELIMA Donat, supaya DELIMA Donat dapat minimal bertahan sehingga DELIMA Donat dapat berkembang. Hal ini dikarenakan DELIMA Donat merupakan UMKM yang baru, serta memiliki internal yang belum kuat. Maka, untuk menghadapi hal tersebut diperlukan pengambilan keputusan kreatif. Baik keputusan kreatif dalam produk maupun keputusan kreatif dalam proses. Diharapkan dengan pengambilan keputusan kreatif yang dimiliki dapat memunculkan ciri khas yang dapat menarik minat konsumen. UMKM adalah merupakan salah satu yang menyangga ekonomi nasional (Hamdani,SE.,M.Si,2020).

Dalam jurnal *Creative Decision Making in Leaders : A Case of beer Game Simulation* oleh Dr Khalil I, pengambilan keputusan kreatif adalah generasi dari solusi alternatif yang baru dan berharga dalam konteks pengambilan keputusan (Lin et al, 2016; Sommer & Pearson, 2007; Keeney;1994). Kreativitas diperlukan dalam pengambilan keputusan. Dalam jurnal *Creative Decision Making in Leaders : A Case of beer Game Simulation* oleh Dr Khalil I, juga dijelaskan bahwa kreativitas adalah dimana individu melakukan suatu proses mental yang dapat berupa gagasan ataupun produk yang baru, atau dengan mengombinasikan kedua hal tersebut (James J. Gallagher, 1985). Dengan melakukan pengambilan keputusan kreatif, dapat membantu DELIMA Donat untuk mengambil keputusan dengan hasil keputusan yang luar biasa.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengidentifikasi pengambilan keputusan kreatif menurut Zimmerer (1996 : 76) yang berada dalam buku Kewirausahaan oleh Dr. Suryana yaitu yang pertama adalah persiapan. Persiapan adalah dimana akal untuk berpikir kreatif dipersiapkan. Yang kedua adalah penyelidikan. penyelidikan adalah dimana masalah atau keputusan yang ada dikembangkan dengan pemahaman yang kuat. Yang ketiga adalah transformasi. Transformasi adalah dimana informasi yang dikumpulkan diidentifikasi persamaan dan perbedaannya. Yang keempat adalah penetasan. Penetasan adalah dimana informasi yang dikumpulkan diendapkan. Yang kelima adalah penerangan. Penerangan adalah dimana terjadi terobosan spontan sehingga menemukan titik terang saat fase penetasan. Yang keenam adalah pengujian. Pengujian adalah dimana ide inovatif diuji ke dalam kenyataan. Yang ketujuh adalah implementasi. Implementasi adalah dimana ide difokuskan untuk diubah menjadi kenyataan.

Dengan adanya pengambilan keputusan kreatif, pemilik dapat mengembangkan DELIMA Donat serta dapat mengetahui permasalahan dan dapat menyelesaikan masalah tersebut dengan baik. Pada penelitian ini, peneliti akan mengobservasi proses pengambilan keputusan kreatif yang ada di UMKM DELIMA Donat. Maka, peneliti memberikan judul PENGAMBILAN KEPUTUSAN KREATIF PADA UMKM DELIMA DONAT DI SEMARANG.

1.2.Rumusan Masalah

Bagaimana langkah – langkah pengambilan keputusan kreatif dan penerapan keputusan kreatif pada UMKM DELIMA Donat?

1.3.Tujuan

Mengembangkan UMKM DELIMA Donat dengan mengetahui langkah-langkah pengambilan keputusan kreatif dan penerapan keputusan kreatif pada UMKM DELIMA Donat.

1.4.Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian :

1. Bagi Dunia Akademis

Bagi dunia akademis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian pengambilan keputusan kreatif.

2. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat membantu perusahaan mengembangkan UMKM DELIMA Donat dengan menemukan pengambilan keputusan kreatif dan menerapkannya.

3. Bagi Peneliti

Bagi Peneliti, diharapkan peneliti dapat mengimplementasikan teori pengambilan keputusan kreatif dalam perusahaannya.

