

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian baik negara maupun individu, memberikan lapangan pekerjaan dan juga menurunkan tingkat pengangguran adalah dengan cara berwirausaha atau menjadi wirausaha. Wirausaha adalah seseorang yang menjalankan atau mengoperasikan bisnis atau sejumlah bisnisnya dan mengambil risiko finansial untuk melakukannya (Suryana, 2013). Seorang wirausaha memiliki peran besar dalam perekonomian dimana wirausaha tersebut akan menggunakan kemampuan dan inisiatifnya untuk membuat sesuatu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dari masyarakat (Hisrich et al., 2015).

Pemenuhan kebutuhan pokok manusia saat ini menjadi bisnis yang sangat diminati salah satunya adalah penyediaan makanan. Permasalahan dengan adanya hal tersebut adalah persaingan yang dihadapi oleh wirausaha semakin ketat. Hal ini dapat timbul karena banyak usaha dengan bidang yang sama yang membuka bisnisnya baik yang sudah eksis maupun yang baru saja berdiri. Sebagai contohnya adalah coffee shop yang semakin menjamur ataupun burjo yang banyak muncul di Semarang. Mie ayam juga merupakan salah satu usaha bisnis makanan yang sudah banyak ada di Semarang dengan berbagai merk lokal seperti Mie Hapkie, Mie Titee hingga merk dari luar kota seperti Bakmi GM.

Salah satu usaha mie yang berada di Semarang adalah Mie Ayam Happy. Mie Ayam Happy berada di jalan Kedungmundu Raya 510 merupakan usaha

keluarga yang didirikan oleh Lady Maryana dan saudaranya pada tahun 2010 dan kemudian dibantu oleh keponakannya yaitu Grace sejak tahun 2015. Pada awal mula pendirian Mie Ayam Happy, Lady Maryana masih menjalankan usaha ini seorang diri, yaitu memasak, mengambil pesanan dari konsumen dan juga menjadi kasir. Hal tersebut dilakukannya selama dua tahun pertama. Ketika omsetnya menjadi berkembang yaitu di awal hanya 20 mangkuk setiap hari menjadi 400 mangkok setiap harinya, pemilik kemudian baru menambah karyawannya menjadi saat ini 9 orang karyawan dan juga mendapatkan bantuan dari keponakannya yaitu Grace yang merupakan anak dari saudara Lady Maryana juga memiliki bagian dari perusahaan. Di sisi lain tempat Mie Ayam Happy juga diperbesar sehingga mampu melayani dengan kapasitas lebih banyak lagi yaitu yang dahulu hanya 6 meja menjadi 12 meja.

Mie ayam merupakan makanan yang umum ada di Indonesia, terutama kota Semarang. Hal ini menjadi fenomena tersendiri karena dengan menjadi makanan yang umum tentunya Mie Ayam Happy memiliki pesaing yang cukup banyak dalam usahanya, mulai dari yang berbentuk gerobak hingga restoran. Persaingan juga cukup berat dimana dalam beberapa tahun terakhir, terdapat peningkatan jumlah restoran di kota Semarang yang juga menjual mie ayam, selain itu juga banyak restoran mie ayam yang juga masih eksis seperti Mie Gajah Mada, Mie Ayam Jakarta, Mie Bandung, Mie Hap Kie yang berbentuk restoran, dan bahkan ada warung-warung mie ayam lainnya. Pemilik Mie Ayam Happy masih mampu untuk tetap bertahan dengan persaingan dalam beberapa tahun terakhir walaupun mendapatkan pesaing dan mengalami permasalahan.

**Tabel 1.1**  
**Laporan Penjualan Mie Ayam Happy**

Bulan	Penjualan
Desember 2020	Rp. 151.063.000
Januari 2021	Rp. 135.630.000
Februari 2021	Rp. 140.910.000
Maret 2021	Rp. 124.310.000
April 2021	Rp. 132.445.000
Mei 2021	Rp. 116.253.000
Juni 2021	Rp. 102.465.000
Juli 2021	Rp. 103.852.000
Agustus 2021	Rp. 105.650.000
September 2021	Rp. 102.433.000
Oktober 2021	Rp. 101.250.000
November 2021	Rp. 101.915.000

Sumber : Mie Ayam Happy, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terjadi permasalahan penurunan penjualan dari Mie Ayam Happy. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan pada Mie Ayam Happy dimana Mie Ayam Happy kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan para pesaingnya. Terdapat 6 kelompok sifat perubahan dalam inovasi, yaitu : penggantian (*substitution*), perubahan (*alternation*), penambahan (*addition*), penyusunan kembali (*restructturing*), penghapusan (*elimination*), dan penguatan (*reinforcement*) (Vlados & Chatzinikolaou, 2019). Dalam hal ini Mie Ayam Happy akan berinovasi dengan melakukan penambahan menu dengan melakukan penyusunan kembali menu berdasarkan masukan yang diterima. Menu varian mie ayam dari Mie Ayam Happy saat ini adalah mie ayam, mie ayam bakso, mie ayam pangsit, dan mie ayam komplit saja. Hal ini dilakukan karena adanya masukan dari pelanggan yang

mengeluhan kurangnya varian baru dari Mie Ayam Happy, dimana menu Mie Ayam Happy dari buka hingga sekarang masih tetap sama.



**Gambar 1.1**  
**Foto Produk dan Tempat Usaha**

Menu Mie Ayam Happy saat ini masih standar atau masih belum ada bedanya dengan yang lain sehingga perlu dilakukan inovasi. Hal ini juga sesuai

dengan hasil pra survey kepada 20 orang konsumen Mie Ayam Happy pada tanggal 28 Agustus hingga 8 September 2022 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Prasurvey**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
Perlu ada perubahan menu	16	80
Tetap dengan menu saat ini	4	20
Total	20	100

Sumber : Prasurvey, 2022

Berdasarkan dari pra survey, konsumen menginginkan adanya perubahan produk dan menu dari Mie Ayam Happy yang mendukung gagasan untuk adanya pengembangan produk atau inovasi produk mie ayam dari Mie Ayam Happy. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, perlu adanya proses pengembangan produk. Pengembangan produk juga bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar atau para konsumen dan bertujuan pula untuk menjaga reputasi usaha tersebut sebagai pencetus inovasi baru, dengan cara menawarkan produk yang lebih baru dari produk sebelumnya. Inovasi tersebut bisa menjadi strategi yang baik untuk menyerang para pesaing yang lainnya (Porter, 2015). Inovasi tidak hanya terpaku pada masalah teknis namun juga terkait dengan aspek administrasi organisasi. Inovasi produk secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, akan tetapi inovasi produk juga dapat berperan sebagai mediator yang menguatkan hubungan antara orientasi pasar dan kinerja perusahaan (Jonathan, 2018).

Menurut Adair dalam (Budimartono & Harjanti, 2016), terdapat tahapan dalam proses inovasi yaitu *idea generation* yang merupakan keterlibatan dari individu dan tim dalam menghasilkan ide untuk memperbaiki produk, proses dan layanan yang ada dan menciptakan sesuatu yang baru. Tahapan selanjutnya adalah *opportunity recognition* untuk mengenali peluang yang ada *idea evaluation* yaitu mengumpulkan dan mengevaluasi ide-ide dan dilanjutkan dengan *development* yaitu mengembangkan ide-ide yang telah terkumpul dan selanjutnya mengimplementasikan ide tersebut menjadi prototype serta *commercialization*.

Penelitian yang dilakukan oleh Budimartono & Harjanti (2016) mengenai proses inovasi produk di PT Indoplast Makmur. Inovasi produk yang dilakukan adalah membuat produk sandal untuk segmen konsumen bawah dengan pembelian impor dari China, Arab dan Korea Selatan untuk biji EVA, cetakan dari impor dari China dan karet dari Indonesia dengan kuota minimum 1000 lusin. Penelitian yang dilakukan oleh Jonathan (2018) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan PT Karyayudha Tiaratama sebagian besar adalah pengembangan dari produk yang sudah ada. Cara ini digunakan PT Karyayudha Tiaratama agar dapat bersaing seiring perubahan dan perkembangan keinginan pasar.

Adanya permasalahan pada Mie Ayam Happy yang dapat dilihat dari trend penurunan penjualan, membuat Mie Ayam Happy perlu untuk melakukan inovasi produk mie. Inovasi produk mie dilakukan dengan berdasarkan tahapan pengembangan inovasi produk yaitu *idea generation*, *opportunity recognition*, *idea evaluation*, *development* dan *commercialization*. Berdasarkan uraian tersebut

maka akan dilakukan penelitian mengenai tahapan pengembangan inovasi produk diterapkan dalam usaha Mie Ayam Happy.

### 1.2 **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian yang dikemukakan di atas, maka akan dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana inovasi produk diterapkan dalam usaha Mie Ayam Happy?”

### 1.3 **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menerapkan inovasi produk mie di usaha Mie Ayam Happy.

### 1.4 **manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan membawa manfaat bagi ilmu pengetahuan maupun yang dapat digunakan secara praktikal.

#### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat kepada ilmu manajemen terutama mengenai inovasi produk untuk meningkatkan bisnis.

#### 2. Manfaat praktis

Memberi informasi kepada wirausaha untuk dapat berinovasi dalam, produknya yang dapat digunakan untuk meningkatkan bisnisnya.