

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bangsa yang sangat tertarik dengan kewirausahaan adalah Indonesia. Pusat perdagangan lain yang berkembang sejak abad ke-14 adalah Kabupaten Gresik (Imanda & Faizah, 2015). Selain menjadi kota dagang, kabupaten Gresik merupakan kota yang menjunjung tinggi nilai islam oleh karena itu dikenal dengan sebutan kota santri. Penduduk di kota ini pun mayoritas merupakan muslim. Makanan dan minuman yang di dagangkan terjamin dengan standart syariah, mulai dari bahan, produksi, dan transaksi. Terkenal dengan kota santri, banyak wisatawan yang datang untuk melakukan wisata religi. Adanya wisatawan ini membuat makanan khas gresik menjadi produk yang wajib dibeli oleh para wisatawan. Jajanan Gresik datang dalam berbagai jenis, antara lain nasi krawu, sego rumo, bandeng otak, bonggolan, pudak, nasi karak, jubung, dan nasi gulung (Abdi, 2020).

Persaingan bisnis terjadi dengan sangat ketat saat ini, para pelaku bisnis diharuskan untuk terus menyiapkan serta menerapkan langkah-langkah atau strategi yang perlu dilakukan demi mempertahankan usaha yang sudah dibangun di era globalisasi. Pandemi COVID-19 yang berasal dari China telah menyebar ke setiap negara di dunia pada tahun 2019, termasuk Indonesia. Pandemi yang terjadi menyebabkan dunia bisnis tergoncangkan, tidak sedikit usaha yang mengalami kebangkrutan. Seluruh perekonomian di dunia mengalami shock (Taufik & Ayuningtyas, 2020). Inovasi produk sangat perlu untuk dilakukan guna mempertahankan usaha UMKM yang sudah dibangun sehingga dapat beradaptasi dengan keadaan pandemi covid-19. Inovasi bisa berupa inovasi produk yang tepat serta efektif dimana inovasi tersebut dapat meminimalisir biaya, sebab inovasi tidak hanya terletak pada strategi bisnis namun juga pada fisik produk. Potensi kreatif memiliki prospek peluang yang menjanjikan disaat menghadapi keadaan perekonomian dilanda pandemi (Munthe & Rahadi, 2021).



Sumber/Source: BPS Kabupaten Gresik/Statistics of Gresik Regency

Gambar 1. 1
Laju pertumbuhan Perekonomian di kabupaten Gresik
 Sumber: Badan Pusat Statistik Gresik

Informasi di atas menunjukkan bahwa COVID-19 ini juga berdampak pada Kabupaten Gresik. Pada tahun 2019 menunjukkan pertumbuhan sebesar 5,41, namun jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya perekonomian kabupaten gresik melambat yang pada tahun sebelumnya sebesar 5,97 (BPS Kabupaten Gresik, 2019). Laju pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Gresik mengalami pelambatan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Padahal laju pertumbuhan perekonomian suatu daerah mencerminkan kekuatan daerah tersebut. Pengusaha kuliner berkontribusi pada perekonomian dengan menurunkan pengangguran dan menciptakan lapangan kerja baru.

Zainuddin (2010), masyarakat Gresik bersedia mengambil peluang dalam bisnis dan memanfaatkan kemungkinan untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Kewirausahaan adalah tindakan menciptakan dan menerapkan sesuatu yang baru, baru, dan inventif yang menambah nilai. keunggulan berwirausaha Sumber inovasi adalah inovasi (Rusdiana, 2018). Keuntungan ini bersifat sementara, oleh karena itu inovasi selalu diperlukan oleh seorang pengusaha apalagi di saat perekonomian mulai tergoncangkan, agar bisnis yang dimiliki dapat terus berjalan dengan survive di keadaan seperti itu. Sederhananya, seorang wirausahawan dapat

mencapai tujuan keuangan dengan berinovasi sesuatu yang baru. Landasan Al-Qur'an dan hadits juga diperlukan dalam menjalankan bisnis agar berjalan lancar dan berkah. Dalam islam terdapat ayat al-quran yang menjelaskan bahwa umat muslim harus melakukan inovasi sesuai dengan QS Ali-Imron ayat 190-191 sebagai berikut:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ. رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا. سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Inna fī khalqis-samāwāti wal-arḍi wakhtilāfil-laili wan-nahāri la`āyātī li`ulil-albāb. allazīna yaẓkurunallāha qiyāmaw wa qu`ūdaw wa `alā junūbihim wa yatafakkarūna fī khalqis-samāwāti wal-arḍ, rabbanā mā khalaqta hāzā bāṭilā, sub-ḥānaka fa qinā `azāban-nār.

Artinya : Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, dimuka dan dibelakangnya, mereka menjaga nyaata perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia (Kemenag, 2021)

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam Undang-Undang. Definisi UMKM ini terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 yang mengatur tentang UMKM (Tambunan, 2009: 17). Usaha kecil adalah usaha yang menguntungkan yang beroperasi secara mandiri, dijalankan oleh orang atau organisasi yang bukan anak perusahaan atau cabang, dan dimiliki, dikendalikan, atau menjadi komponen, langsung atau tidak langsung, dari perusahaan menengah atau besar yang memenuhi persyaratan

(Tambunan, 2009: 18). UMKM memiliki peran yang signifikan di negara maju, tidak hanya di negara berkembang, dan kontribusinya terhadap penciptaan atau perluasan PDB lebih besar daripada perusahaan besar (Tambunan, 2009: 1).

Menciptakan UMKM yang tangguh dan mandiri dengan daya saing tinggi dan keterlibatan dalam produksi dan distribusi barang kebutuhan pokok, bahan baku, dan permodalan untuk bersaing secara bebas merupakan maksud dan tujuan umum yang ingin dicapai. UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) sangat penting bagi perekonomian Indonesia. 99,99 persen atau 56,54 juta unit dari total pelaku usaha Indonesia adalah UMKM. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah menunjukkan nilainya bagi perekonomian Indonesia. Hal ini juga telah menunjukkan bahwa UMKM tidak terpengaruh oleh krisis. Hanya UMKM yang mampu bertahan dari krisis ekonomi 1997-1998 dan tetap kokoh. Usaha kecil dan menengah di Indonesia lebih mungkin bertahan dari krisis keuangan 1998 daripada perusahaan besar. Bahkan dalam banyak kajian ekonomi yang dikemukakan oleh Mulyadi Nitisusastro, yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha kecil tidak menyebabkan perekonomian Indonesia menjadi lumpuh (Nitisusastro, 2010: 39).

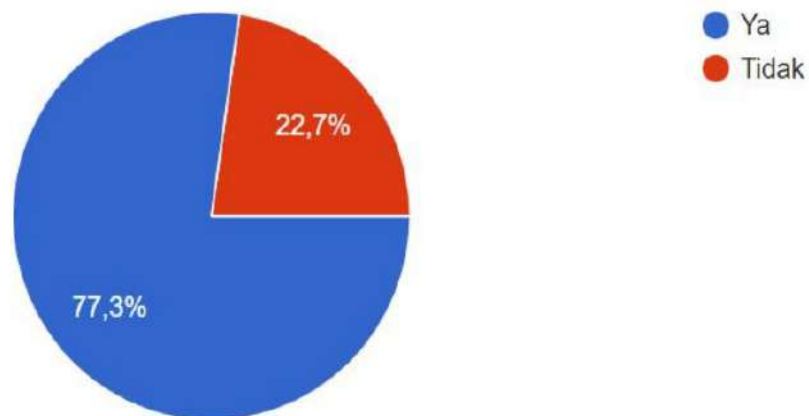
Bangsa Indonesia menawarkan masakan tradisional yang kaya dan beragam, yang didukung oleh lanskap yang terdiri dari ratusan pulau. Masing-masing lokasi atau wilayah geografis tersebut telah menghasilkan hasil kuliner yang berkontribusi terhadap keragaman masakan Indonesia (Sumarni et al., 2005). Berdasarkan tingkat prevalensinya di masyarakat kontemporer, makanan tradisional di Indonesia datang dalam berbagai macam. Kondisi lokasi tempat tinggal dan budaya setempat berdampak pada beragamnya kuliner tradisional. Namun, masyarakat mungkin telah melupakan makanan tradisional karena beragamnya masakan lokal. Saat ini sudah banyak perubahan pola konsumsi dan makanan tradisional diperlukan untuk bisa membangun pola makanan sehat, oleh karena itu diperlukan inovasi untuk menaikkan kembali makanan tradisional dikalangan masyarakat sehingga tidak kalah dengan makanan kekinian yang sudah menjamur dikalangan masyarakat.

Kata “inovasi” berasal dari kata “inovasi” yang berarti mengubah atau

menciptakan sesuatu yang baru. Kata ini kadang-kadang digunakan secara bergantian dengan "penemuan", tetapi memiliki arti yang berbeda. Peluncuran produk dan inovasi produk berjalan beriringan. Adanya item baru merupakan salah satu contoh inovasi produk. Schumpeter mendefinisikan inovasi sebagai penciptaan dan penerapan sesuatu menjadi kombinasi. Dengan inovasi, seseorang dapat meningkatkan nilai barang, jasa, operasi, pemasaran, metode penyampaian, dan kebijakan perusahaan, serta pemangku kepentingan dan masyarakat (de Jong & den Hartog, 2010). Menggabungkan pilihan-pilihan yang ada (combination play) dapat melahirkan inovasi, yaitu pengembangan pola pikir kreatif (Richard, 2009:112). Produk asli, produk yang ditingkatkan, produk yang diubah, dan merek baru yang dibuat melalui inisiatif penelitian dan pengembangan semuanya dianggap sebagai produk baru (Haryono & Marniyati, 2018). Inovasi dilakukan agar produk dapat memiliki fungsi yang selangkah lebih maju daripada pesaing yang lainnya. UMKM harus mampu mengembangkan konsep-konsep segar yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan produk yang lebih inovatif kepada masyarakat guna memenuhi permintaan konsumen. Bagi UMKM, inovasi produk sangat penting untuk memastikan kelangsungan usaha jangka panjang karena dapat menghasilkan hasil pemasaran yang lebih baik (Nasir, 2017).

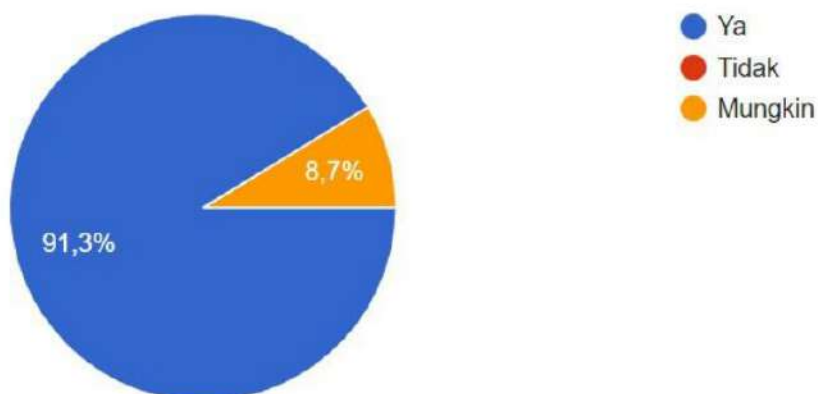
Survei sederhana yang dilakukan pada prapenelitian yang dilakukan pada bulan november tahun 2021 dengan memberikan kuisisioner kepada masyarakat yang berusia lebih dari 15 tahun di kabupaten Gresik dengan responden yang memiliki berbagai profesi, menunjukkan bahwa mereka telah mencoba makanan tradisional dan makanan kekinian. Sejumlah 77,3% orang lebih menyukai makanan tradisional dibandingkan dengan makanan kekinian, alasan dari mereka kebanyakan adalah karena makanan tradisional lebih memiliki cita rasa yang khas dan rempah yang menonjol dibandingkan dengan makanan kekinian. Namun 22,7% orang yang lebih menyukai makanan kekinian memiliki alasan karena makanan kekinian memiliki rasa yang baru dan lebih cocok di lidah anak muda jaman sekarang. Sejumlah 91,3% orang memberikan pendapat bahwa makanan tradisional perlu untuk melakukan inovasi di era yang sekarang agar makanan tradisional tetap bisa dikenal dan tidak tertinggal dengan makanan kekinian.

Inovasi yang dapat dilakukan oleh pengusaha makanan tradisional terdapat di beberapa aspek, seperti aspek produk, aspek pemasaran, dan aspek penjualan. Namun inovasi yang dilakukan tetap tidak mengubah cita rasa dan kekhasan dari makanan tradisional, tetapi juga mengikuti *trend* jaman sekarang. Berikut merupakan gambar diagram hasil dari survey sederhana yang telah dilakukan penulis:



Gambar 1. 2
Diagram Hasil Responden yang Menyukai dan Tidak Menyukai Makanan Tradisional

Sumber: Hasil survey sederhana penulis



Gambar 1. 3
Diagram Hasil Responden yang Menyarankan untuk Pengusaha Makanan Tradisional Melakukan Inovasi

Sumber: Hasil survey sederhana penulis

Tabel 1. 1
Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Gresik Atas Dasar Harga
Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah), 2018—2020

Lapangan Usaha atau Industri	2018	2019	2020
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1.771.785,74	1.947.234,94	1.785.411,15

Sumber: BPS Kabupaten Gresik

Data diatas menunjukkan bahwa perkembangan UMKM dibidang kulineran sangat berdampak akibat pandemi covid-19. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelanggan tetap perlu menjaga jarak sosial dengan tetap berada di rumah. Sehingga pengusaha dibidang kulineran dituntut untuk bisa menemukan strategi baru atau menemukan inovasi baru agar bisa survive di keadaan perekonomian yang dilanda pandemi covid-19. Terutama UMKM yang menjual makanan khas dari kota tersebut, karena terkait dengan jumlah wisatawan yang datang. Dibandingkan dengan 26.609 kunjungan wisman pada 2018, jumlah kunjungan wisman pada Desember 2019 turun 22,79 persen (BPS Kabupaten Gresik, 2019). Sehingga pengusaha bidang kulineran tradisional diharuskan untuk bisa bersaing dengan kuliner yang kekinian, hal ini dikarenakan target konsumen lebih mengarah ke masyarakat setempat bukan lagi wisatawan yang datang.

Penjelasan diatas membuat peneliti tertarik untuk mengambil tema tentang **“Inovasi Pada Umkm Makanan Tradisional Di Kabupaten Gresik Pada Masa Pandemi Covid-19”**.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Penelitian ini melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang pengusaha dalam melakukan pengembangan inovasi produk pada penelitian yang dilakukan oleh Imanda & Faizah (2015) mengenai motivasi seorang pengusaha di Kabupaten Gresik dalam melakukan inovasi produk. Pada penelitian tersebut menganalisis lebih spesifik motivasi yang membuat pengusaha tersebut melakukan inovasi pada produknya, tidak begitu membahas inovasi apa saja yang dilakukan. Penelitian tersebut juga menganalisis di bidang Garmen. Sedangkan pada penelitian ini akan melengkapi dengan menganalisis inovasi yang

digunakan oleh pengusaha di bidang kulineran khas kota Gresik di masa pandemi yang keadaan ekonomi jelas menurun.

Penelitian oleh Munthe & Rahadi (2021) mengenai inovasi dan kreatifitas UMKM di masa pandemi menghasilkan temuan bahwa penting untuk melakukan inovasi dalam semua sektor ekonomi terutama di Kabupaten Bekasi. Diperlukan motivasi dan kreatifitas untuk melakukan inovasi agar mencapai tujuan terhadap UMKM di masa pandemi untuk mendapatkan suatu perubahan. Teori inovasi yang digunakan dalam penelitian tersebut masih secara umum sehingga kajian masih sangat general belum menjurus ke arah Islami. Penelitian ini akan melengkapi dari hasil tersebut dengan menambahkan subjek penelitian dan hasil analisis dari sudut pandang syariah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rosmadi (2021) tentang metode bisnis yang digunakan oleh pengusaha UMKM untuk memerangi epidemi COVID-19, subjek penelitian menggunakan media sosial selama pandemi, seperti WhatsApp, Facebook, dan Telegram, serta bergabung dengan e-commerce lainnya. platform. bisnis sejenis seperti shopee, go-food, dan grabfood. Penelitian ini akan melengkapi hasil tersebut dengan lebih mendalam dalam membahas inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM dalam menghadapi krisis pandemi dan menganalisa dari sudut pandang syariah.

Penelitian Wiyono et al. (2020) tentang tindakan kreatif dan inovatif adalah sesuatu yang selalu mendukung kegiatan wirausaha, terutama dalam situasi pandemi COVID-19 saat ini dengan menggunakan informasi dari studi literatur sebelumnya. Bahwa wirausaha dituntut untuk dapat memanfaatkan teknologi dalam menjual barang dan jasa yaitu dengan penjualan lewat online yang dapat memperluas jangkauan penjualan. Penelitian ini akan melengkapi dengan menambahkan data yang didapatkan dari metode wawancara langsung dengan pemilik UMKM, sehingga akan membahas lebih detail inovasi yang dilakukan oleh pemilik UMKM di lapangan.

Penelitian Wirapraja & Aribowo (2018) pemanfaatan teknologi e-commerce sebagai solusi inovasi untuk menjaga keberlangsungan bisnis, yang meliputi peningkatan pesat pengguna internet sebagai tolak ukur potensi bisnis

perusahaan dalam memasarkan produk menggunakan saluran digital untuk memperluas pasar mencapai tahun 2015. Penelitian ini akan melengkapi dengan lebih fokus terhadap inovasi pada produk yang dijual dan pada saat keadaan ekonomi dilanda pandemi.

Penelitian Rochdianingrum (2020) mengenai strategi guna meningkatkan wisata kuliner di Kabupaten Gresik, yaitu dengan memberikan sarana informasi mengenai wisata kuliner di Kabupaten Gresik yang dilakukan dengan membuat platform tentang wisata di Kabupaten Gresik, bukan hanya itu juga terdapat Instagram Gresik *tourism* yang digunakan untuk mempromosikan wisata tersebut. Penelitian ini melengkapi dengan lebih memfokuskan dalam inovasi yang telah dilakukan oleh wisata kuliner Gresik yang lebih mengarah pada inovasi produknya.

Menurut penelitian Narto & Basuki (2020) Puduk menggunakan strategi alternatif untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM di Kota Gresik selama pandemi COVID-19. Strategi tersebut antara lain menjaga harga dan meningkatkan kualitas produk tanpa bahan pengawet guna meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk dan UMKM juga memperoleh keuntungan yang menjanjikan. Selain itu, strategi melakukan promosi online juga digunakan. Penelitian ini melengkapi dengan menambahkan produk yang akan diteliti, bukan hanya meneliti puduk saja namun juga makanan khas Gresik lainnya.

Dengan lebih berkonsentrasi pada sisi inovasi produk yang telah dilakukan oleh UMKM, penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya. Khususnya di tengah iklim perekonomian saat ini dalam situasi pandemi yang menuntut inovasi, khususnya inovasi produk, upaya inovasi produk UMKM bertujuan untuk mendongkrak penjualan makanan tradisional.

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan adanya permasalahan yang diangkat di atas, berikut adalah tujuan penelitian untuk tesis ini:

1. Untuk mengetahui dampak covid-19 pada UMKM makanan tradisional di Kabupaten Gresik.
2. Untuk mengetahui inovasi yang dilakukan oleh UMKM tersebut agar dapat

survive dalam masa pandemi covid-19.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu teknik yang memanfaatkan data berupa kata-kata lisan atau tertulis, peristiwa, fakta, atau inisiatif yang menggunakan bahasa deskriptif (Yin, 2019: 2). Tujuan metodologi studi kasus deskriptif penelitian ini adalah untuk memberikan jawaban atas persoalan “mengapa” dan “bagaimana” yang hanya dapat ditentukan melalui pengamatan yang cermat (Yin, 2019: 13).

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Temuan studi menunjukkan bahwa UMKM akan memperkenalkan sejumlah perubahan di sektor makanan konvensional. Inovasi ini dilakukan untuk mengikuti kebutuhan makanan masyarakat pada masa kini dan bisa mempertahankan usaha di era pandemi ini.

1.6 Kontribusi Riset

Kontribusi penelitian dari studi ini akan membantu kemajuan UMKM, khususnya di industri kuliner, dengan membantu mengidentifikasi strategi dan inovasi bisnis. Dikombinasikan dengan ketidakstabilan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Penelitian ini dapat diterapkan tidak hanya pada saat terjadi pandemi, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk menginspirasi para pelaku UMKM untuk bertahan di masa-masa sulit dalam membangun usahanya. Selain itu juga dapat memberikan pandangan tentang perekonomian yang telah terdampak oleh pandemi.

1.7 Sistematika Penulisan

Pada BAB I adalah Pendahuluan

Berisi tentang Latar Belakang, Kesenjangan Penelitian, Tujuan Penelitian, Ringkasan Metode Penelitian, Ringkasan Hasil Penelitian, Kontribusi Riset dan sistematika penulisan

Pada BAB 2 adalah Tinjauan Pustaka

Berisi tentang Landasan Teori, dan Penelitian sebelumnya

Pada BAB 3 adalah Metode Penelitian

Berisi tentang Pendekatan Penelitian, Metode empiris, Jenis dan Sumber Data, dan Teknik analisis

Pada BAB 4 adalah Hasil dan Pembahasan

Berisi tentang deskripsi subjek dan objek, deskripsi hasil penelitian, dan interpretasi hasil penelitian

Pada BAB 5 adalah Simpulan dan Saran

Berisi tentang ringkasan hasil, simpulan, saran dan keterbatasan penelitian