

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam dunia usaha yang semakin kompetitif, kreativitas dan inovasi produk menjadi dua faktor krusial yang dapat menentukan keberhasilan sebuah usaha. Kreativitas memungkinkan pelaku usaha menciptakan varian produk yang unik, menarik, dan berbeda dari kompetitor. Sementara itu, inovasi mencakup perbaikan berkelanjutan dalam berbagai aspek usaha, mulai dari proses produksi, kemasan, pemasaran, hingga distribusi produk. Tanpa adanya kreativitas dan inovasi yang berkelanjutan, sebuah usaha akan cenderung stagnan dan sulit bersaing di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Menurut Amabile (2012), kreativitas adalah kemampuan individu untuk menghasilkan ide-ide yang baru dan berguna dalam konteks tertentu, yang kemudian dapat digunakan untuk menciptakan produk yang bernilai. Kreativitas juga mencerminkan bagaimana individu atau organisasi mampu menggabungkan elemen yang sudah ada menjadi sesuatu yang baru dan berbeda. Dalam konteks bisnis, kreativitas menjadi kunci untuk menciptakan produk yang menarik, inovatif, dan sesuai dengan keinginan pasar.

Sedangkan menurut Schilling (2013), inovasi produk merupakan hasil dari implementasi ide-ide kreatif yang berhasil diubah menjadi produk nyata yang menawarkan keunggulan kompetitif. Inovasi tidak hanya terbatas pada bentuk produk, tetapi juga meliputi cara penyampaian nilai kepada konsumen,

seperti melalui kemasan, teknologi, distribusi, maupun promosi. Tjiptono (2014) juga menekankan bahwa inovasi produk berfungsi untuk meningkatkan nilai bagi pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan daya saing usaha.

Sementara itu, keberhasilan usaha menurut Tjiptono (2015) adalah pencapaian tujuan usaha dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yang diukur dari aspek peningkatan laba, pertumbuhan pasar, kepuasan pelanggan, hingga keberlangsungan usaha. Kotler (2010) juga menyatakan bahwa keberhasilan suatu usaha sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam membaca kebutuhan pasar dan memberikan penawaran produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi besar dan keberagaman budaya kuliner yang kaya, memiliki potensi besar dalam pengembangan industri makanan dan minuman. Pertumbuhan sektor ini terlihat di berbagai kota, termasuk di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat dan ragam preferensi konsumen, banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner bermunculan dengan produk-produk yang beragam, kreatif, dan inovatif. Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, UMKM di bidang kuliner harus mampu terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan tren konsumen untuk dapat bertahan dan berkembang.

Salah satu UMKM kuliner yang berkembang di Kota Kupang adalah Queen Roti Liliba, sebuah usaha yang berfokus pada produksi dan penjualan

roti serta kue. Usaha ini berlokasi di Jl. Piet A. Tallo, Liliba, Kecamatan Oebobo, Kota Kupang, tepatnya di kawasan Wisata Kuliner Pintu Mas. Queen Roti Liliba telah berdiri cukup lama dan memiliki pelanggan tetap yang loyal. Produk andalannya, seperti roti isi daging babi, memiliki cita rasa khas yang menjadi pembeda dengan toko roti lainnya. Selain itu, Queen Roti Liliba juga menawarkan berbagai varian produk lain yang menarik perhatian konsumen dengan harga yang terjangkau.

Berikut ini adalah varian- varian produk pada Queen Roti Liliba Kota Kupang.

Tabel 1.1. Daftar Varian Roti Pada Queen Roti Liliba Kota Kupang

No	Varian Roti	Harga
1	Roti babi	Rp6.000
2	Roti kelapa	Rp5.000
3	Roti abon	Rp5.000
4	Bakpao	Rp5.000
5	Roti balok isi	Rp20.000
6	Roti balok manis	Rp15.000
7	Roti mini isi	Rp15.000
8	Roti mini manis	Rp10.000
9	Roti kompiang	Rp 5.000
10	Roti gepeng	Rp 5.000
11	Roti coklat	Rp5.000
12	Roti boy	Rp5.000
13	Pizza	Rp5.000
14	Roti pisang	Rp5.000
15	Donat	Rp5.000
16	Kue ultah	Rp75.000

Sumber: Queen Roti Liliba Kota Kupang, tahun 2024

Dari segi penjualan, Queen Roti Liliba menunjukkan performa yang cukup baik sepanjang tahun 2024, sebagaimana ditunjukkan pada data berikut:

Tabel 1.2. Data Tabel Penjualan Queen Roti Liliba Kota Kupang
Pada Tahun 2024

Triwulan	Bulan	Jumlah Penjualan (pcs)
Q1	Januari – Maret	8.814
Q2	April – juni	9.207
Q3	Juli – September	8.346
Q4	Oktober – Desember	9.906
TOTAL	Selama 1 Tahun	36.273 pcs

Sumber: Queen Roti Liliba Kota Kupang, tahun 2024

Berdasarkan Tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah penjualan pada Queen Roti Liliba Kota Kupang selama tahun 2024 mengalami fluktuasi pada setiap triwulan. Pada triwulan pertama jumlah penjualan tercatat sebesar 8.814 pcs, kemudian mengalami peningkatan pada triwulan kedua menjadi 9.207 pcs. Namun pada triwulan ketiga terjadi penurunan jumlah penjualan menjadi 8.346 pcs. Selanjutnya pada triwulan keempat penjualan kembali mengalami peningkatan menjadi 9.906 pcs. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat penjualan produk roti pada Queen Roti Liliba belum stabil. Fluktuasi penjualan tersebut diduga dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kreativitas dalam menciptakan produk serta inovasi produk yang mampu menarik minat konsumen. Oleh karena itu, kreativitas dan inovasi produk menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan keberhasilan usaha, khususnya pada usaha roti seperti Queen Roti Liliba Kota Kupang.

Melihat kondisi tersebut, penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada Queen Roti Liliba Kota Kupang, serta menganalisis varian produk yang paling diminati dan yang kurang diminati oleh konsumen.

Penelitian ini juga diperkuat dengan temuan dari beberapa studi terdahulu, antara lain:

Aisyah dan Anna Nur Faidah (2024), dengan judul “Pengaruh Kreativitas, Inovasi Produk Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha” (Studi Pada Industri UMKM Kain Sasiragan Di Kota Banjarmasin). yang menemukan bahwa kreativitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha, sementara inovasi produk dan kompetensi wirausaha berpengaruh signifikan.

OID Ahmad, SZ ZA, S Raharjo (2022), dengan judul “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Kerajinan Sarung Tenun Samarinda”, yang menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, sedangkan inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha padakerajinan sarung tenun samarinda.

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai peran kreativitas dan inovasi dalam menunjang keberhasilan usaha Queen Roti Liliba. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif bagi pengembangan usaha, serta menjadi referensi bagi pelaku UMKM

lainnya dalam menghadapi tantangan persaingan di sektor kuliner, khususnya di kota-kota yang sedang berkembang seperti Kota Kupang.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Queen Roti Liliba Kota Kupang”.

1.3 PERSOALAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka persoalan penelitiannya adalah:

1. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Queen Roti Liliba Kota Kupang Kota Kupang?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Queen Roti Liliba Kota Kupang?

1.4 TUJUAN PENELITIAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada Queen Roti Liliba Kota Kupang?
2. Untuk menganalisa pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada Queen Roti Liliba Kota Kupang?

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dapat memperdalam pengetahuan dan ilmu serta wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada Queen Roti Liliba Kota Kupang

2. Bagi peneliti lainnya

Memberikan informasi tentang teori lokasi usaha dan pengetahuan kewirausahaan keberhasilan usaha pada Queen Roti Liliba Kota Kupang yang menggunakan sistem penjualan dan perdagangan agar dapat mempertahankan eksistensi di bidang bisnis.