

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pebisnis dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman karena persaingan semakin berkembang, selain itu mereka selalu berlomba-lomba untuk menunjukkan keunggulan yang akan mereka jual. Pebisnis dalam menghadapi persaingan, harus memiliki hal-hal yang harus dipersiapkan yaitu konsep, perencanaan, kenali pesaing, produk yang berkualitas, promosi, inovasi, harga bersaing, sistem, perluasan pasar, dan layanan yang lebih baik.

Gambar 1.1 di bawah ini menunjukkan gabungan pengusaha makanan dan minuman pada tahun 2008 – 2015. Pertumbuhan rata-rata tahunan indeks penjualan rill maknanaan, minuman yang dirilis oleh Bank Indonesia pada 2014 lebih tinggi daripada 2013.



Gambar 1.1 nilai penjualan produk makanan dan minuman

Sumber: GAPMMI dalam Mandiri – Industry Update Volume 4, February 2015

Jumlah penduduk meningkat disertai dengan peningkatan daya beli masyarakat, dengan peningkatan tersebut akan mengembangkan industri maknaan dan minuman olahan di Indonesia. Industri kuliner yang semakin berkembang

membuat persaingan bisnis kuliner semakin kuat. Di tengah persaingan bisnis kuliner khususnya pada bisnis makanan dan minuman membuat para pebisnis harus melakukan strategi inovasi dalam bisnis mereka (GAPMMI, 2015)

Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2010 Kota Bandung memiliki penduduk terbanyak dibandingkan dengan kota lainnya di Jawa Barat yaitu sebanyak 2.393.633 jiwa. Kota Bandung telah menjadi tujuan utama dalam menikmati liburan. Selain menjadi kota wisata, Bandung juga dikenal sebagai kota wisata kuliner. Pertumbuhan bisnis kuliner yang berkembang di Bandung khususnya di daerah Sudirman Street Food merupakan kawasan kuliner dari beberapa pebisnis yang membuka usaha kecil menengah berupa makanan dan minuman. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat. Kuliner bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia, saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan kota Bandung dan kota besar di Indonesia. Pertumbuhan kuliner sangat berkembang pesat, semakin diminati oleh masyarakat, semakin kreatif, dan inovatif. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2012 dan 2013 menyatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mencapai angka 8% pada tahun 2012 dan 13% pada tahun 2013. Hal ini membuktikan bahwa pertumbuhan kuliner sangat diminati oleh masyarakat Indonesia.

Objek yang diteliti menggunakan lokasi Sudirman Street Food yang merupakan wisata kuliner yang cukup diminati oleh warga Bandung dan wisatawan.

Sudirman *Street Food* terletak di Jalan Sudirman No. 107, Bandung. Sudirman Street merupakan tempat yang menyediakan lokasi bagi para pebisnis kuliner untuk membuka stand kuliner mereka di area Sudirman *Street Food*. Sudirman *Street Food* merupakan lokasi *China town* di kota Bandung yang mempunyai luas 3.000 meter persegi. Wirausahawan tersebut membuka *stand* di Sudirman Street dan berjualan makanan ataupun minuman. Pada saat ini, *Sudirman Street Food* masih belum melakukan strategi inovasi secara komprehensif dan masih terdapat kelemahan pada penerapan dalam strategi inovasi. Selain itu Sudirman *Street Food* masih belum konsisten dalam melakukan promosi dan aktivitas untuk menarik konsumen atau pengunjung. Inovasi yang telah dilakukan oleh Sudirman Street Food akan dianalisis dengan menggunakan AVAC untuk mengetahui strategi inovasi yang tepat bagi Sudirman Street Food. Seiring berjalannya waktu, perusahaan harus melakukan inovasi guna meningkatkan penjualannya, karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan konsep strategi inovasi AVAC pada Sudirman Street Food, Bandung.

Wirausahawan merupakan orang-orang yang mempunyai usaha sendiri dan berani membuka kegiatan produktif yang mandiri. Kewirausahaan sudah lebih dari sekedar mengorganisasi karena bisa terdiri dari pencipta, pemodal, dan pelaku bisnis tersebut. Setiap wirausaha diharuskan untuk menghadapi resiko dan peluang yang muncul yang diiringi dengan tindakan yang kreatif dan inovatif (Hendro,2011).

Manajemen strategis merupakan pengembangan organisasi sumber daya dari bidang fungsional, keuangan, manufaktur, pemasaran, teknologi, tenaga kerja, dll dalam mengejar tujuannya (Neil Ritson, 2011). Selain itu manajemen strategis

merupakan sekumpulan manajerial dan aksi pengambilan keputusan jangka panjang didalam sebuah perusahaan (Wheelan dan Hunger, 2012)

Teori wirausahawan dan manajemen strategis sebagai pendekatan teori karena pada lokasi Sudirman *Street Food* yang berada di kota Bandung membuka lahan yang dapat digunakan oleh wirausaha muda untuk membuka bisnis kuliner dan setiap wirausaha dalam membuka bisnis membutuhkan manajemen strategis untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan pemasaran, teknologi, tenaga kerja, dan lain-lain.

Strategic Entrepreneur diperkenalkan sebagai bagian dari *Entrepreneurship* dan *strategy* (Ireland et al, 2001), dan kemudian berevolusi menjadi *integrasi* dari konsep-konsep ini, kombinasi dari eksplorasi dan eksploitasi. Pertumbuhan dan perkembangan bisnis kuliner pada saat ini membuktikan bahwa tingkat persaingan dalam bisnis makanan dan minuman semakin berkembang. Maka dari itu, dalam pembuatan sebuah inovasi bisnis diperlukan *competitive advantages* (keunggulan bersaing) dibandingkan dengan kompetitornya. Menurut Porter, suatu perusahaan akan memperoleh keunggulan daya saing, jika perusahaan kompetitif, daya saing suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuan perusahaan.

Strategi inovasi “*new game strategy*” didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan yang menciptakan atau menyediakan nilai dengan cara yang baru. Strategi perusahaan adalah himpunan kegiatan bahwa perusahaan melakukan dan menciptakan dengan nilai dengan cara yang tepat (Allan Affuah, 2009).

Penelitian Strategi Inovasi kepada pemilik dan *management* dari Sudirman Street Food Bandung dengan konsep AVAC (Activities, Value, Appropriability, Change). Strategi Inovasi merupakan Konsep AVAC *Framework* berguna untuk menganalisis potensi keuntungan tidak hanya dari strategi tetapi dari brand, teknologi, unit bisnis, dan lain-lain (Allan Afuah, 2009). Hal tersebut dapat membantu pebisnis untuk mengetahui dan memahami apa yang akan mereka lakukan untuk meningkatkan kinerja dan keuntungan pada Sudirman Street Food.

Pada penelitian ini, berlandaskan buku *Strategic Innovation: New Game Strategy*, Allan Afuah dengan konsep AVAC (Activities, Value, Appropriability, Change) serta menggunakan *Journal Developing a Conceptual Framework of Strategic Entrepreneurship* oleh Belinda Luke, Kate Kearins, dan Martie Louise Verreynne.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut peneliti mengambil judul **“Strategi Inovasi Bisnis Dengan menggunakan Konsep AVAC di Sudirman Street Food Bandung”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas maka, masalah yang timbul dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Perusahaan masih belum menerapkan strategi inovasi secara komprehensif
2. Masih ada beberapa kelemahan dalam penerapan strategi inovasi

3. Masih tidak konsistennya perusahaan dalam menetapkan program promosi dan aktivitas dalam menarik konsumen atau pengunjung.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada indentifikasi masalah yang telah dijelaskana di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : **“Bagaimana Strategi Inovasi Bisnis Sudirman Street Food dengan menggunakan konsep Strategi Inovasi *Activities, Value, Appropriability, and Change (AVAC)*?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi Inovasi Bisnis dengan menggunakan Konsep AVAC di Sudirman Street Food Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dan menambah wawasan pemikiran dalam bidang Ilmu Manajemen dan Wirausaha Produk Makanan, bahkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian serupa berikutnya terutama yang berkaitan pada pembuatan usaha kecil menengah.

2. Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat dengan memberikan sumbangan pemikiran dan informasi kepada wisatawan

mengenai *activities*, *value*, *appropriability*, dan *change* dalam membuka usaha dengan model seperti Sudirman Street Food.

