

**PERAN KREATIVITAS DAN INOVASI PELAKU USAHA DALAM  
DIVERSIFIKASI PRODUK KULINER PADA KEDAI STEAK  
& CHICKEN DI KAB. MAGETAN TAHUN 2014  
(Implementasi Pendidikan Kewirausahaan)**

Endang Sarijani, Baedhowi, Hery Sawiji  
Magister Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana UNS  
Email : [sarijaniendang@yahoo.com](mailto:sarijaniendang@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*The objectives of this research are to investigate: (1) the role of creativity of the owner of Steak & Chicken Stall in menu type selection, business identity selection, business site selection, each menu's taste creation, and menu labeling idea in the culinary product diversification; (2) the innovation of the owner of Steak & Chicken Stall in the offered products, business facilities, promotion of products, products which are not preferred by consumers in the culinary product diversification; and (3) the role of creativity and innovation in the culinary product diversification, which is done by the owner of Steak & Chicken Stall.*

*This research used the descriptive research method. The samples of research were taken by using the accidental sampling technique for the consumers and purposive sampling for the owner and employees of the stall, Head of the Office of Industry and Trade of Magetan Regency. The data of research were gathered through in-depth interview, observation, and documentation. They were analyzed by using the interactive model of analysis.*

*The result of research shows that creativity and innovation are very much required for product diversification, as they can create new ideas for culinary products. This in turn will increase the sale turnover and income. Product diversification is truly needed if the business condition begins to be threatened by new competitors or to be left by customers. To fix it, a self-exploration attitude is required, that is, the ability to sharpen creativities and implement them in real actions as an embodiment of innovations, so as to have extraordinary contributions to the increase of sale turnovers, customers, and profits.*

**Keywords:** *Creativity, innovation, entrepreneurship, and product diversification*

**PENDAHULUAN**

Usaha kuliner adalah objek bisnis yang paling diminati orang saat ini, karena usaha ini adalah salah satu usaha yang tidak mengenal musim dan tren. Saat krisis orang tetap membutuhkannya karena makanan maupun minum adalah kebutuhan utama manusia. Usaha atau industri kuliner saat ini dapat dikatakan tumbuh subur. Data BPS tahun 2012 menunjukkan bahwa jumlah usaha ada 2.916 dengan pertumbuhan yang

signifikan dengan rata-rata tenaga kerja 27%. Laporan dari Data Strategis BPS, 2012, menyebutkan pula bahwa sumbangan atau kontribusi sektor kuliner yang masuk dalam kategori. Perdagangan, Hotel dan Restoran dalam PDB juga cukup besar. Tiga sektor utama pembentukan PDB pada tahun 2008-2012 adalah sektor Pertanian, Industri Pengolahan, serta Perdagangan, Hotel dan Restoran. Ketiga sektor ini memang mempunyai peran lebih dari separuh dari total perekonomian yaitu sebesar 56,3 % pada tahun 2008, pada

tahun 2009 sebesar 55,0 %, pada tahun 2010 sebesar 56,8 % dan pada tahun 2011 sebesar 52,8 % serta 52,3 % pada semester 1 tahun 2012. Pada tahun 2011, posisi yang awalnya di duduki oleh industri fesyen dan periklanan, saat ini digeser oleh industri kuliner yang sudah masuk menjadi sub sektor ke 15 dalam industri kreatif. Sub sektor kuliner menyumbangkan pendapatan terbesar bagi industri kreatif di Indonesia atau sekitar 32,2% dari total kontribusi industri kreatif terhadap PDB pada tahun 2011 atau sekitar Rp.169,62 triliun (Investor Daily, 2012). Dan pada tahun 2012 jumlah usaha kuliner tercatat sebanyak 3.031.296 usaha, yang menempati usaha ekonomi kreatif yang paling banyak dibanding usaha kreatif lainnya. Distribusi untuk usaha kuliner sendiri menempati 77,37%, jadi sangat besar sekali.

Di sisi lain perkembangan usaha makanan/restoran skala menengah dan besar tahun 2007-2010 untuk tingkat propinsi, tertinggi diduduki DKI Jakarta, Jawa Barat disusul Jawa Timur. Khusus Jawa Timur untuk tahun 2007 banyaknya usaha ada 144 buah, tahun 2008 sejumlah 173 buah, tahun 2009 ada 220 buah dan pada tahun 2010 berjumlah 231 buah. Melihat data diatas tentunya prospek usaha kuliner. untuk ke depan masih berkembang dan menjanjikan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2013).

Selain itu terlihat pula dari pola konsumsi masyarakat yang mulai bergeser ke makanan dan minuman jadi. Hal ini berdasarkan data dari Hasil Survey Sosial Ekonomi Nasional 2011-2012, BPS Prov. Jatim, yang mengatakan bahwa di Jawa Timur persentase rata-rata pengeluaran makanan perkapita sebulan menurut jenis pengeluaran makanan dan minuman jadi merupakan komoditi dengan tingkat pengeluaran terbesar, hal ini bisa dilihat dari data tahun 2011 sebesar 24,95%, tahun 2012 sebesar 24,69%.

Jenis pengeluaran untuk makanan dan minuman jadi perkapita di Jawa Timur juga mengalami peningkatan, pada tahun 2011 sebesar Rp.60.578, sedangkan tahun 2012 sebesar Rp.64.057. Hal senada juga dialami Kabupaten Magetan, dimana untuk konsumsi makanan dan minuman jadi perkapita juga mengalami peningkatan. Pada tahun 2011 sebesar Rp.48.772, sedangkan pada tahun 2012 sebesar Rp.60.960. Alokasi dana untuk konsumsi makanan di Jawa Timur sendiri juga mengalami kenaikan, rata-rata pengeluaran perkapita sebulan untuk jenis makanan pada tahun 2011-2012, dari Rp.242.829 naik menjadi Rp.259.402. Sedangkan di Kabupaten Magetan sendiri juga mengalami kenaikan, untuk tahun 2011-2012, dari Rp.221.870 naik menjadi Rp.247.183.

Melihat paparan data di atas dapat disimpulkan, bahwa pangan sekarang bukan lagi sebagai produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata, tetapi pangan saat ini juga sudah berhubungan dengan gaya hidup baru. Pangan berubah menjadi industri kuliner yang tidak hanya memberikan cita rasa, tetapi juga menjadi kebutuhan aktualisasi diri. Ini dapat dilihat dari jasa kuliner yang menyajikan berbagai menu makanan, kemudian menyediakan ruang untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui berbagai pelayanan jasa yang mengikutinya. Keberadaan mereka yang semakin banyak tentunya akan menambah pesaing baru serta menjadikan ancaman maupun peluang bagi pemain lama di bisnis ini. Tidak terkecuali dengan yang di alami usaha kuliner Kedai Steak & Chicken. Usaha yang berlokasi di jalan Barat no.258, Kec. Maospati, Kab. Magetan yang awalnya memakai nama usaha Ayam Goreng Gili Lombok ini berdiri pada tahun 2009, dengan hanyamenawarkan satu produk aja, tapi kemudian tutup karena sepi pembeli. Berusaha bangkit kembali pada

pertengahan tahun 2010, menghadapi persaingan yang begitu ketat dengan menempuh beberapa cara atau strategi antara lain menggali sikap kewirausahaannya melalui kreativitas dalam menemukan ide atau gagasan baru, seperti penciptaan nama usahanya, nama menu-menu yang akan ditawarkan, serta mencoba mengembangkan produk yang sudah ada sebelumnya baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Begitu pula mencoba berinovasi dalam kinerja maupun pemasarannya, dengan tujuan untuk memperoleh laba maksimal serta menjangkau lebih banyak konsumen. Namun dalam perkembangan usahanya ternyata masih di temui beberapa kendala atau masalah. Seperti ada produk yang dibuat tetapi tidak disukai konsumen sehingga tidak dipasarkan lagi, artinya harus mencoba menu pengganti, memberikan nama bagi menu barunya agar mengena di telinga konsumen, sulitnya mencari bahan baku untuk beberapa jenis kulinernya, sulitnya mencari tenaga kerja borongan apabila kedai sedang ramai pesanan, menghadapi persaingan usaha dengan kompetitor lain yang memakai bahan baku yang sama, serta kesulitan memperkenalkan menu barunya pada masyarakat sekitar. Selain masalah tersebut diatas, dalam mengembangkan usaha Kedai Steak & Chicken tidak ada intansi yang menyelenggarakan pelatihan secara khusus untuk mengembangkan Kedai Steak & Chicken. Dari hasil pra penelitian, Kedai Steak & Chicken lebih banyak belajar mandiri dengan melakukan pengamatan langsung pada beberapa restoran yang sudah berkembang dengan baik ( *community learning* ).Diketahui bahwa usaha jasa boga benar-benar butuh kreativitas dalam menyajikan berbagai menu yang ditawarkan kepada konsumen dan perlu sentuhan inovasi tertentu untuk dapat menarik minat konsumen mencicipi hidangan yang disajikan.

## **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian adalah:

1. Bagaimanakah kreativitas pelaku usaha Kedai Steak & Chicken pada pemilihan jenis menu, pemilihan nama untuk usaha, pemilihan lokasi, penciptaan cita rasa untuk tiap menu, penciptaan ide pemberian nama menu dalam diversifikasi produk kuliner?
2. Bagaimanakah inovasi pelaku usaha Kedai Steak & Chicken pada produk yang ditawarkan, fasilitas usaha, promosi produk, produk yang tidak disukai konsumen dalam diversifikasi produk kuliner?
3. Bagaimanakah peran kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk kuliner yang dilakukan pelaku usaha Kedai Steak & Chicken?

## **TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui kreativitas pelaku usaha Kedai Steak & Chicken pada pemilihan jenis menu, pemilihan nama untuk usaha, pemilihan lokasi usaha, penciptaan cita rasa untuk tiap menu, ide pemberian nama pada tiap menu dalam diversifikasi produk kuliner.
2. Untuk mengetahui inovasi pelaku usaha Kedai Steak & Chicken pada produk yang ditawarkan, fasilitas usaha, promosi produk, produk yang tidak disukai konsumen dalam diversifikasi produk kuliner.
3. Untuk mengetahui peran kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk kuliner yang dilakukan pelaku usaha Kedai Steak & Chicken.

## KAJIAN LITERATUR

### Kreatifitas

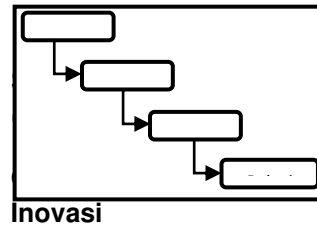
Rhodes (Munandar:2012), mengatakan kreativitas dapat di definisikan ke dalam empat jenis dimensi sebagai *Four P's Creativity*, yaitu dimensi *Person*, *Proces*, *Press* dan *Product* sebagai berikut;

- Definisi kreativitas dalam Dimensi *Person*. Definisi pada dimensi person adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada individu atau person dari individu yang dapat disebut kreatif.
- Definisi kreativitas dalam Dimensi *Proces*. Definisi pada dimensi proses adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berfikir sehingga memunculkan ide-ide unik dan kreatif.
- Definisi kreativitas dalam Dimensi *Product*. Definisi pada dimensi produk merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang di hasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/original atau sebuah elaborasi atau penggabungan yang inovatif.
- Definisi kreativitas dalam Dimensi *Press*. Definisi dan pendekatan kreativitas yang menekankan faktor press atau dorongan, baik dorongan internal (diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif), maupun dorongan eksternal dan lingkungan sosial dan psikologis.

### Inovasi

Inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat di implementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki. Jadi untuk senantiasa dapat berinovasi

memerlukan kecerdasan kreatif (*Creative Intelligence*).



dan Machfoedz

ktivitas dan

inovasi

Pada prinsipnya manusia memiliki kapasitas tertentu untuk mengingat berbagai pengetahuan dan pengalaman. Semakin luas wawasan seseorang cenderung semakin tinggi kreativitasnya. Untuk meningkatkan daya kreativitas dapat dilakukan dengan memperbanyak akumulasi pengetahuan yang produktif. Selanjutnya pikiran sadar dan pikiran bawah sadar manusia akan melakukan proses inkubasi. Pada tahap ke tiga yaitu pengalaman ide, ide akan mencuat walaupun sering kali ide itu muncul justru pada saat tidak sedang melakukan pekerjaan yang relevan. Pada tahap ke empat dilakukan evaluasi dan implementasi ide. Tahapan ini adalah yang paling berat karena dibutuhkan komitmen dan dedikasi untuk merealisasikan ide menjadi sesuatu yang konkret. Hasil di tahapan ini adalah inovasi (Wijayanto; 2012)

### Pelaku Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian pelaku adalah orang yang melakukan suatu perbuatan atau merupakan pelaku utama dalam perubahan situasi tertentu, sedang pengertian usaha adalah kegiatan dengan menggerakkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud, pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu. Selanjutnya menurut pasal 1 ayat (3) No.8 Tahun 1999, tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa definisi pelaku usaha adalah: Pelaku usaha adalah setiap orang

perseorangan atau badan hukum, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

## Wirausaha

**Tabel 2.1 Perkembangan terminology kewirausahaan**

<b>Era / Waktu</b>	<b>Terminologi Kewirausahaan</b>
Awal	<i>Between-taker</i> atau <i>go-between</i> (penjelajah lautan atau pelaut)
Abad Pertengahan	Seseorang yang mengendalikan proyek berskala besar, misalnya arsitek dengan karya besar (perancang candi, katedral, dsb)
Abad 17	Seseorang yang berani mengambil resiko meraih keuntungan (atau rugi) dengan melakukan kontrak dengan pemerintah yang bersifat mengikat.
1725	<i>Richard Cantilon</i> : wirausaha adalah pengambil resiko ( <i>risk taker</i> ), di antaranya termasuk pedagang, petani, pengrajin kerajinan tangan, dan pemilik usaha sendiri lainnya.
1934	<i>Joseph Schumpeter</i> : wirausaha adalah inovator dan pengembang teknologi
1961	<i>David McClelland</i> : wirausaha merupakan orang yang energik,

	<i>pengambil resiko yang moderat (moderate risk taker)</i>
1964	<i>Peter Drucker</i> : wirausaha memaksimalkan kesempatan
1975	<i>Albert Shapero</i> : wirausaha mengambil inisiatif, mengorganisasikan mekanisme sosial ekonomi, dan menerima resiko kegagalan.
1980	<i>Karl Vesper</i> : wirausaha dipandang secara berbeda oleh kaum ekonom, psikolog, pelaku bisnis dan politisi.
1983	<i>Gifford Pinchot</i> : <i>intrapreneur</i> ( <i>intrapreneur</i> ) merupakan wirausaha yang berbeda dalam organisasi yang telah mapan atau mantap.
1985	<i>Robert Hisrich</i> : kewirausahaan merupakan proses mengkreasikan sesuatu yang berbeda dari nilai yang ditentukan oleh ketepatan waktu dan upaya, dengan mengasumsikan penyertaan resiko dalam keuangan, psikologi, dan social, serta menerima hasil berupa penghargaan yang bersifat moneter (uang) maupun kepuasan personal.

Sumber : Hisrich dan Peters(Wijayanto;2012)

## Diversifikasi

Pengertian diversifikasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah penganekaragaman atau penganekaan usaha untuk menghindari ketergantungan pada ketunggalan kegiatan produk, jasa atau investasi. Diversifikasi juga bisa diartikan sebagai usaha memperluas macam-macam barang yang akan dijual. Hal ini dilakukan dengan maksud untuk memperluas pasar sehingga memperoleh keuntungan maksimal.

## Produk

Kotler (2009), mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi, dan ide.

## Kuliner

Kuliner merupakan kata yang diadopsi dari bahasa Inggris *culinary*. Dalam "[http://enWikipedia.org/wiki/culinary profesion](http://enWikipedia.org/wiki/culinary_profesion)" didapatkan pengertian tentang kuliner sebagai berikut: "*The word culinary derives from the latin word culina, meaning kitchen, it is commonly used as reference to things related to cooking of the culinary profesion. The culinary profesion is cooking or preparing food as a profesion, i.e, chefs, restaurant management, dieticians, nutritionist, etc*".

Sementara menurut Jhon M.Echols (1993;159). *Culinary* diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Dari pengertian di atas dapat diartikan bahwa secara harafiah kuliner adalah dapur yang biasa digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau profesi kuliner. Profesi kuliner sendiri dapat diartikan profesi untuk memasak atau mempersiapkan makanan, seperti *chefs*,

*management restaurant*, ahli piñata diet, ahli gizi dan sebagainya.

## Diversifikasi Produk

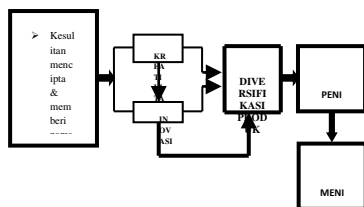
Menurut Sudarsono (2001). Diversifikasi Produk merupakan suatu usaha penganekaragaman sifat dan fisik, baik yang dapat diraba/tidak dapat diraba (barang atau jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan untuk digunakan konsumen di dalam memuaskan kebutuhannya. Adapun definisi diversifikasi produk menurut Tjiptono (2008) adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan Pendapatan, penjualan, probabilitas dan fleksibilitas.

## Penelitian yang relevan

1. Juha Oksanen dan Nina Rilla, 2009, *Innovation and Entrepreneurship : New Inovations as Source For Competitiveness in Finnish SMES* Internasional Journal of Entrepreneurship, Vol 13, Special Issue, 2009 , membahas tentang peran inovasi dalam perusahaan kewirausahaan kecil di Finlandia.
2. Mohammed Muftofa, *Factors affecting Organisational Creativity and Inovativeness in Egyptian Bussines Ovgani Sations : an Empirical Investegation* The Journal of Management Development, 2005 : 24 INFORM, Research page 7, membahas tentang bagaimana manajer di Mesir melihat kreativitas dan inovasi.
3. Ernani Hadiyati, *Kreativitas dan Inovasi pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil*, Universitas Gajayana, Malang Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, Vol 1 hal 135-151, No 3 November 2012, Dalam penelitiannya bahwa dari hasil uji

hipotesis dikatakan variabel kreativitas dan inovasi secara simultan berpengaruh terhadap kewirausahaan.

### Kerangka Berpikir



Gambar 2.3 Kerangka Berpikir

## METODE PENELITIAN

### Objek penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kedai Steak & Chicken Jln. Barat no. 258 Kec. Maospati Kab. Magetan Prop. Jawa Timur.

### Bentuk Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan analisis kualitatif. Menurut Moleong (2013), Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya: perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

### Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer, yaitu data yang di peroleh langsung melalui wawancara kepada:
  1. Pemilik Kedai Steak & Chicken.
  2. Para konsumen Kedai Steak & Chicken.

3. Karyawan Kedai Steak & Chicken.
4. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan

b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui arsip, data dan dokumen yang langsung memiliki hubungan erat dengan permasalahan kajian penelitian.

### Teknik Sampling (Cuplikan)

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. *Aksidental Sampling*  
Sampel yang diambil dari siapa saja yang kebetulan ada.
2. *Purposive sampling*  
Sampel yang purposive adalah sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan desain penelitian.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara dengan terlebih dahulu menyusun kerangka pertanyaan (*semiterstruktur interview*), dimaksudkan sebagai pedoman untuk mendapatkan informasi dari sumber data yang diperlukan.

#### 2. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dengan menggunakan observasi terus terang kepada sumber data.

#### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data

maupun informasi yang berkaitan dengan perilaku wirausaha pemilik.

### **Keabsahan Data**

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data.

### **Teknik Analisa Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pola penelitian induktif dengan mengikuti model analisis interaktif

### **Hasil Dan Pembahasan**

1. Kreativitas Pelaku Usaha Kedai Steak & Chicken dalam Diversifikasi Produk.  
Dalam penulisan ini perlu peneliti tekankan, bahwa diversifikasi produk yang di maksud adalah penganekaragaman menu kuliner yang di jual oleh Kedai Steak & Chicken. Dimana pada awal usaha hanya di jual satu jenis menu kuliner, yaitu kuliner kebab, namun selanjutnya diperbanyak dengan menambah jenis menu kuliner lainnya yang ditawarkan kepada konsumen. Seperti yang disampaikan oleh Sudarsono (2001), dikatakan bahwa diversifikasi produk merupakan suatu usaha penganekaragaman sifat dan fisik, baik yang dapat diraba atau tidak dapat diraba (barang dan jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan untuk digunakan konsumen di dalam memuaskan kebutuhannya. Sedangkan menurut Tjiptono (2008), diversifikasi produk adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan pendapatan, penjualan, probabilitas dan fleksibilitas. Upaya untuk menganeekaragamkan menu kuliner Kedai Steak & Chicken ternyata tidak lepas dari kreatifitas yang dimiliki oleh pemiliknya. Seperti

yang disampaikan oleh Suryana (2010), mengatakan bahwa salah satu ciri-ciri orang kreatif diantaranya adalah mencoba mengemukakan ide atau gagasan asli dengan membuat keterkaitan baru diantara hal-hal yang telah diketahui. Kreatifitas usaha yang dilakukan oleh pemilik Kedai dalam menganeekaragamkan menu kuliner nya terus diasah serta digalinya, tanpa mengenal putus asa serta terus menemukan ide – ide cemerlang untuk kemajuan usahanya.

Langkah pertama untuk pengembangan usahanya adalah dengan memutuskan untuk menambah jenis menu kuliner yang menurut sebagian masyarakat Maospati adalah tidak umum. Seperti yang disampaikan oleh Jong end Wennekers (Hadiyati;2011), menyatakan bahwa sikap kewirausahawanan dapat di definisikan sebagai pengambilan resiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan-tantangan persaingan. Secara umum posisi wirausahawan adalah menempatkan resiko atas perusahaan yang di bangunnya. Sikap seperti ini dimiliki oleh pemilik Kedai dengan mengambil suatu terobosan baru dan langkah berani memperkenalkan masakan dengan rasa dan selera asing, serta menggiring masyarakat untuk mencoba dan selanjutnya menyukainya. Kondisi ini juga diperkuat dari hasil survey yang dilakukan oleh pemilik Kedai bahwa sebagian penduduk Maospati ternyata masyarakatnya tidak mengenal atau bahkan belum pernah makan yang



namanya steak, karena menu kuliner ini tidak umum. Keputusan mengambil langkah berani ini ternyata berhasil, yaitu dengan meningkatnya kedatangan konsumen di Kedainya, artinya kuliner yang ditawarkannya bisa diterima oleh mereka. Dengan banyaknya konsumen yang datang secara langsung berakibat menaikkan omzet penjualan serta meningkatkan pendapatan usahanya. Terbukti rata-rata daging sapi maupun daging ayam sebagai bahan baku steak per harinya masing-masing bisa mencapai 10 kg per hari. Dengan banyaknya pembeli maka pendapatan dari hasil penjualan steak rata-rata per hari bisa mencapai 3 juta rupiah sampai dengan 3,5 juta rupiah untuk satu gerai. Padahal Kedai Steak & Chicken mempunyai tiga cabang usaha di tiga tempat, yaitu ada di Madiun kota sama kec. Gorong-Gareng, Magetan. Sedang yang di kelolanya sendiri ada di Jl. Barat no. 258, Maospati.

Kreativitas yang dimilikinya juga diterapkannya dalam pemilihan lokasi usaha. Pemilik Kedai berpikir keras kira-kira dimanakah akan didirikan usahanya ini, sehingga bisa di kenal oleh konsumen. Seperti yang disampaikan oleh Suryana (2013), bahwa salah satu ciri-ciri orang kreatif adalah mengobservasi situasi dan masalah yang sebelumnya tidak diperhatikan orang lain. Pilihan sudah diputuskan berada di Jalan Barat kec. Maospati, walaupun diketahui letak jalan itu mengarah ke dalam kampung bukan pinggir jalan raya yang biasa dilalui kendaraan antar propinsi. Akan tetapi untuk orang Maospati sendiri mengetahui bahwa Jalan Barat itu adalah area kuliner, artinya orang mau cari makan yang dituju adalah Jalan Barat. Lokasi Kedai Steak & Chicken berada tepat di depan toko swalayan, sehingga mempermudah promosi

tanpa sengaja, meminjam istilah pemilik Kedai, karena dengan berada di depan toko swalayan akan menjadi perhatian orang-orang yang berbelanja di toko swalayan tersebut. Dari hasil penulisan didapatkan bahwa para konsumen umumnya mengetahui lokasi Kedai adalah karena sering lewat di daerah tersebut dan sebagian lagi karena mereka mampir setelah berbelanja. Kreativitas lain yang dilakukan oleh pemilik Kedai Steak & Chicken adalah dengan ide menciptakan pemberian nama pada tiap-tiap menu yang di jual. Dengan mengira-ngira sendiri, membuka internet, membuka-buka katalog serta mencari istilah asing dari makanan yang akan diciptakannya. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh jawaban, seperti dicontohkan misal udang bahasa Inggrisnya apa, ikan dori bahasa Inggrisnya apa. Istilah-istilah asing itulah yang menginspirasi pemilik kedai untuk memberikan nama pada setiap masakannya. Selanjutnya tentang cita rasa untuk tiap menu yang diciptakannya juga tak lepas dari sentuhan kreatifitasnya. Diakuinya untuk tugas yang satu ini tidaklah mudah, harus telaten untuk mencoba dan terus mencoba sampai ditemukannya dan diputuskannya rasa masakan yang pas dan cocok di lidah masyarakat sekitar Kedai. Ada beberapa cara yang ditempuh untuk menemukan formula rasa dari beberapa menu kuliner, yaitu mencoba browsing internet untuk mencari resep yang diperlukan, kemudian mencoba dipraktikkannya dengan menyuruh beberapa orang baik anak-anak sampai orang tua untuk mencicipinya. Membaca buku-buku masakan kemudian mengkolaborasikan resep dari buku-buku tersebut sehingga tercipta rasa

baru yang kemudian menjadi hak paten bagi usahanya.

2. Inovasi pelaku usaha Kedai Steak & Chicken dalam diversifikasi produk.

Inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat di implementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki. Menurut Machfoeds (Suryana;2013),

dilihat dari jenisnya, inovasi terdiri dari empat jenis yaitu :

- a. Penemuan, apabila merupakan kreasi suatu produk jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Kedai Steak & Chicken dalam hal ini telah membuktikan dengan mencipta sendiri beberapa jenis menu yang dimilikinya. Antara lain menambah bahan baku steak dari daging maupun ayam, dengan jamur, bakso dan ikan tuna. Kemudian dari jenis minuman pun tak luput untuk di inovasi, terbukti tercipta belasan macam minuman baru yang bisa dinikmati, seperti milk shake yaitu minuman yang terbuat dari es krim.
- b. Pengembangan, merupakan kelanjutan perubahan, perbaikan dari suatu produk, jasa, maupun proses yang sudah ada sebelumnya, dan konsep seperti ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada dan berbeda. Dari hasil penulisan diketahui Kedai Steak & Chicken telah melaksanakan pengembangan seperti yang dimaksud. Mulai dari inovasi produk yang ditawarkan, terbukti dengan banyaknya jenis menu yang dibuat, inovasi terhadap fasilitas usaha, terbukti dari yang awalnya tidak tersedia sekarang dilengkapi dengan audio video, wifi, inovasi terhadap promosi produk,

terbukti dengan dibuatnya promosi di jejaring sosial dengan menggunakan media internet, brosur, member card, pemberian pulsa gratis maupun makanan dan minuman gratis, inovasi terhadap perekrutan karyawan, terbukti yang awalnya full day kemudian di model dengan pembagian shift serta pemberian bonus dari penjualan hari itu. serta melakukan strategi terhadap produk bila produk itu tidak disukai konsumen.

- c. Duplikasi, merupakan peniruan suatu jasa, maupun proses yang telah ada, namun demikian upaya duplikasi bukan semata-mata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih memenangi persaingan. Apa yang disampaikan diatas, tidaklah salah bila itu juga dilakukan oleh pak Budi selaku pemilik Kedai. Peniruan terhadap konsep orang memang tidak bisa dihindari. Namun dari hasil wawancara diketahui bahwa pemilik Kedai berangkat dari pemikiran sendiri untuk mewujudkan apa yg ada dalam angannya. Seperti melakukan gambling waktu memulai usaha, keberanian membuat terobosan baru untuk menawarkan kuliner dengan menu selera asing di kota kecil sekelas kecamatan. Kemudian membuat langkah besar dengan mengubah cara promosi yang lebih baik dan berkualitas. Peniruan memang dilakukan namun pemilik kedai berupaya memberikan sentuhan kreatifitas yang dimiliki, sehingga lahir produk baru hasil duplikasi dan kreatifitasnya. Seperti bahan baku steak dari daging maupun ayam yang dikolaborasi dengan jamur, ikan tuna maupun

bakso. Dari segi penyajiannya pun tidak luput dari sentuhan kreativitasnya, bila steak pada umumnya hanya di sajikan apa adanya namun di Kedai ini ada pilihan memakai toping atau penutup bisa dari keju, kacang-kacangan atau yang lainnya.

- d. Sintesis, merupakan perpaduan konsep dan faktor yang telah ada menjadi formula baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang telah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru. Langkah seperti ini juga dilakukan oleh pemilik Kedai, seperti pembuatan saus untuk steaknya, mencoba mengkombinasikan dari beberapa resep ciptaan orang lain digabung dengan resep sendiri sehingga tercipta bumbu yang khas dan tidak dipunyai usaha kuliner steak lainnya. Promosi secara langsung ataupun tidak langsung baik melalui penjualan langsung maupun melalui internet dan online. Dengan mengambil beberapa ide yang sudah ada. Hasil penulisan didapatkan sarana promosi diantaranya melalui brosur, media internet dengan pembuatan jejaring sosial semacam facebook, membuka fanspage dan group kedai holic.
3. Peran kreativitas dan inovasi pelaku usaha Kedai Steak n Chicken dalam diversifikasi produk.

Kedai Steak & Chicken mengakui dan benar-benar merasakan dengan adanya perubahan ke arah yang lebih positif dari perkembangan usahanya. Yaitu dengan melakukan inovasi dan mencoba berkreasi terhadap usahanya, ternyata manfaatnya luar biasa. Dari segi penjualan omzetnya

langsung meningkat sekitar 30 sampai dengan 40 persen, apalagi kalau momen penting seperti hari raya bisa mencapai 200 persen. Pendapatan perhari rata-rata untuk tiap gerainya sekitar 3 sampai dengan 3,5 juta, padahal ada tiga Kedai yang dimilikinya. Sedangkan pas ramai seperti malam minggu ataupun libur 3 hari berturut-turut bisa 5 sampai dengan 6 juta, kalau pas hari raya mulai H-7 sampai dengan H+7 penghasilan yang diterimanya bisa mencapai 15 juta perhari. Peran kreativitas dan inovasi terhadap keberlangsungan usaha sangat penting sekali karena selalu ada ide-ide baru untuk produk kulinernya, seperti disampaikan pemilik Kedai bahwa untuk menjaga keberlangsungan usahanya, selalu menerapkan kualitas dan kuantitas serta tidak kuatir karena usaha yang sudah berjalan sudah punya image dan brand siapapun orangnya pasti memilih yang pioner atau yang pertama kali dalam bidangnya. Selanjutnya pemilik Kedai benar-benar sangat percaya dengan penerapan kreativitas dan inovasi dalam usahanya karena berdampak langsung terhadap perkembangan usahanya. Bertambahnya konsumen merupakan indikatornya, konsumen berasal tidak hanya dari daerah sekitar namun juga dari luar kecamatan bahkan ada yang dari luar kota antara lain Ngawi, Magetan kota, Madiun bahkan Surabaya maupun Jakarta. Khususnya Surabaya dan Jakarta, mereka adalah para pelanggan setia Kedai Steak & Chicken, dan disempatkan mampir bila sedang pulang kampung. Penjelasan diatas juga diperkuat oleh Ir. Rahmad Edy, yang mengatakan bahwa :

“ sebagai destinasi wisata, Kab. Magetan harus ada kuliner-kuliner khas sehingga tidak hanya wisatawan

lokal yang menikmati bahkan regional maupun nasional. Dan saat ini telah berkembang pula wisatawan kuliner.”

Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa peran kreativitas maupun inovasi tidak hanya berpengaruh bagi pelaku usaha itu sendiri namun juga bagi pemerintah daerah di mana usaha tersebut berada. Pengaruh kontribusi langsung berupa PAD tentunya sudah pasti ada yang lebih penting adalah multi player effect, sangat diperlukan karena untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja dan peluang tenaga kerja. Serta pada akhirnya peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Magetan.

## **SIMPULAN**

Pelaku usaha Kedai Steak & Chicken dalam melakukan pengembangan produk kuliner menggunakan cara dengan menggali sikap kewirausahaannya melalui kreativitas dan inovasi yang dimiliki. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan, bahwa penerapan kreativitas maupun inovasi telah menghasilkan strategi-strategi baru untuk pengembangan usahanya. Jumlah menu yang awalnya cuma satu jenis sekarang menjadi belasan jenis dengan cara meminimalisasi bahan seadanya diciptakan menu baru tapi hasil maksimal, pemilihan nama usaha dengan istilah kedai yang agak asing terdengar agar membuat orang penasaran, pendirian usaha di depan swalayan dengan maksud promosi tidak langsung dengan cara getok tular, serta penemuan cita rasa menu dan pemberian nama pada menu kulinernya dengan mengkolaborasi dari penemuan sendiri, saran teman serta tambahan dari buku, katalog serta internet.

Strategi pengembangan produk kuliner juga diberlakukan pada produk yang ditawarkan dengan menambah item

menu baru dengan jalan bahan yang ada dikembangkan lagi dengan model atau resep yang berbeda seperti menambah steak udang, ikan tuna, jamur dan tahu. Steak rasa original ada 18 item, steak crispy ada 15 item. kebab ada 17 jenis serta minuman baik panas atau dingin ada 20 jenis, jus ada 11 jenis dan shake & float ada 11 jenis serta menggali makanan khas daerah Lombok berupa ayam goren dan bakar.

Inovasi dalam fasilitas usaha juga dilakukan antara lain memanjakan pelanggan dengan fasilitas wifi, audio video biar tidak jenuh waktu menunggu pesanan. Promosi produk juga tidak luput dari perhatian, yaitu dengan membuka member card, bonus makanan minuman gratis dan pulsa gratis. Strategi pada produk yang tidak disukai konsumen juga dilakukan, diketahui produk menurut pemilikinya ada yang bersifat slow moving dan fast moving, bila pelanggan kurang berminat akan dihapus, bikin menu baru contohnya karena orang Maospati suka bakso maka dibuatlah steak bakso. Begitu juga dengan minuman dari es krim seperti milk shake, pembuatan ikan tuna yang dijadikan scallop yaitu olahan seperti rolade yang di goreng pakai tepung dan bumbu untuk dijadikan steak.

Contoh lainnya adalah bila menu kurang disukai akan dihapus diganti nama yang baru walaupun bahannya sama, dengan mengkombinasikan resep maupun istilah dari beberapa buku dengan maksud akan menghasilkan rasa maupun hasil yang berbeda. Peran kreativitas maupun inovasi tentunya sangat besar sekali karena pada akhirnya terbukti bahwa sikap wirausaha tersebut dapat menaikkan omzet penjualan maupun peningkatan pendapatan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Alma, B, 2003. Kewirausahaan, Bandung : Alfabeta

- Byrd. J & Brown, PL, 2003, *The Innovation Equation, Building Creativity and Risk Taking In Your Organization*, San Eransisco : Jossey-Bass//Pfeiter : A Wiley Imprint, www. Pfeiffer. Com
- De Jong. JPJ & Kemp. R. 2003 : *Determinants Workers's Innovation Behavior An Investigasion Info Know Legde Intensive Service*, Internasional Journal Of Innovation..
- Deden A Wahab Sya'roni dan Jamivita J Sudirman, 2012, Fak.Pasca Sarjana UNIKOM ,*Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku UsahaKecil*. Jurnal Manajemen Teknologi, Vol 11, No.1
- Ernani Hadiyati,*Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap KewirausahaanUsaha Kecil*, Universitas Gajayana, Malang, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 13, No 1 Maret 2011
- Fahmi Irlham, 2013, *Kewirausahaan, Teori, Kasus dan Solusi*, Alfabeta, Bandung.
- [http://erzaramdan.blogspot.com/2012/06/pengetian kreativitas dan inovasi.html](http://erzaramdan.blogspot.com/2012/06/pengetian-kreativitas-dan-inovasi.html), diakses pada tanggal 12 Januari pukul 9.30 PM
- [http://riezharatna7.3blogspot.com /2013/3 definisi kreativitas html](http://riezharatna7.3blogspot.com/2013/3definisi-kreativitas-html), diakses pada tanggal 12 Januari 2014 pukul 9.30 PM
- [http://ryzwan.wordpress.com/2010/11/09/pengertian inovasi](http://ryzwan.wordpress.com/2010/11/09/pengertian-inovasi), diakses pada tanggal 12 Januari 2014 pukul 10.54 PM
- Juha Oksanen dan Nina Rilla, 2009, *Innovation and Entrepreneurship : New Inovations as Source For Competitiveness in Finnish SMES* Internasional Journal of Entrepreneurship, Vol 13, Special Issue, 2009
- Kotler, Philip, 1998. *Manajemen Pemasaran*,Prenhalindo, Jakarta
- Marzuki Saleh, 2010, *Pendidikan Nonformal*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Mohammed Muftofa, *Factors affecting Organisational Creativity and Inovativeness in Egyptian Bussines Ovgani Sations : an Empirical Investegation* *The Journal of Management Development*, 2005 : 24 INFORM, Research page 7
- Moleong, Lexy J, 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Munandar, Utami ,2004, *Pengembangan Emosi dan Kreativitas*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Robert Klonoski, JD, Mary Baldwin College., USA, *How Important is creativity?This Impact of Age, Occupation And Cultural Background on TheAssesment of Idea*.*The Journal of Applied Business Research*, 2012 : 28, 3 ABI / INFORMAL, Research Page 411 Vol. 28 No. 3
- Sahlan Sulaiman dan Wasman Multi Dimansi Sumber Keatifitas Manusia (Bandung Baru, 1988)
- Scott, S.G & Bruce, RA, 1994 : *Determinants of Innovative Behaviour : A PathModel Of Individual Innovation in the Work Place*, *Academy of Management Journal*. 37(3) 580-607 Suryana Yuyus, 2010, *Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik*

Wirausahawan Sukses, Kencana,  
Prenada Media Group.

Suryana, 2001. Kewirausahaan, Salemba  
Empat, Jakarta

Tjiptono, Fandy, 1998. Strategi  
Pemasaran, Andi Offset, Yogyakarta

Wijayanto, D, 2012, Pengantar Manajemen,  
Gramedia Pustaka Utama

Winardi, 2003. Enterpreneur dan  
Enterpreneurship, Prenada Media,  
Jakarta

Wirasasmita Yuyun, 1994. Kewirausahaan,  
Buku Pegangan Bina Aksara

Yusleli Herawati, Politeknik Negeri  
Sriwijaya, *Langkah Wirausaha  
Dalam Meningkatkan dan  
Mengembangkan Usaha (Studi  
Kasus Pada Catering Hidayah  
Palembang)*, Jurnal Ilmiah Orasi  
Bisnis-ISSN : 2085-1375 Edisi Ke-VI  
November 2011