

**USUL PENELITIAN
PENELITIAN DASAR
DANA PNBP/BLU TAHUN 2022**



**Pengaruh *Creative Intelligence* dan Kinerja Bisnis
Terhadap Keunggulan Bersaing
Pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Kuliner
Di Wilayah Kota Gorontalo**

Oleh :

**Endi Rahman, SE.,MM
Rezkiawan Tantawi, SE.,MM
Tasya Kidam
Sahril**

**NIDN 0013068006 (Ketua)
NIDK 8982530021 (Anggota)
NIM 931419042 (Anggota)
NIM 931419081 (Anggota)**

**UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
APRIL 2022**

IDENTITAS PENELITIAN

1	Judul Usulan	:	Pengaruh <i>Creative Intelligence</i> dan Kinerja Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Kuliner di Wilayah Kota Gorontalo
2	Ketua Peneliti	:	
	Nama Lengkap	:	Endi Rahman, SE.,MM
	Bidang Keahlian	:	Manajemen
	Jabatan Struktural	:	-
	Jabatan Fungsional	:	Lektor
	Unit Kerja	:	Fakultas Ekonomi
	Alamat	:	Jl. Jenderal Sudirman No. 6 Kota Gorontalo
	Telfon	:	085342851331
	Email	:	endi.rahman1306@gmail.com
3	Anggota Peneliti	:	Rezkiawan Tantawi, SE.,MM
	Bidang Keahlian	:	Manajemen
	Unit Kerja/ Insitusi	:	Fakultas Ekonomi - UNG
	Alokasi Waktu/ Minggu	:	8 Jam/ Minggu (14 Minggu)
4	Obyek Penelitian	:	Keunggulan Bersaing UMK Kuliner
5	Masa Pelaksanaan Penelitian		
	Mulai	:	Mei 2022
	Berakhir	:	Agustus 2022
7	Anggaran yang diusulkan	:	Rp. 15.000.000
8	Lokasi Penelitian	:	Kota Gorontalo
9	Hasil yang ditargetkan	:	1. Tersusunnya Laporan Penelitian 2. Hasil penelitian dipublikasi dalam jurnal nasional terakreditasi maupun jurnal internasional bereputasi 3. Adanya Pengembangan Hasil Penelitian/ Payung Penelitian/skripsi Mahasiswa

4/12/22, 4:33 AM

SISTEM INFORMASI PENELITIAN
HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN PENELITIAN DASAR

Judul Kegiatan : Pengaruh Creative Intelligence dan Kinerja Blanis terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) kuliner di Wilayah Kota Gorontalo

KETUA PENELITIAN

A. Nama Lengkap : Endi Rahman, SE., MM
B. NIDN : 0013068006
C. Jabatan Fungsional : Lektor
D. Program Studi : SI Manajemen
E. Nomor HP : 085342851331
F. Email : endi.rahman1306@gmail.com

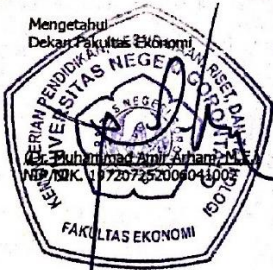
Lama Penelitian Keseluruhan : 4 bulan

Penelitian Tahun Ke : 1

Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 15.000.000,-

Biaya Tahun Berjalan : - Diusulkan Ke Lembaga : Rp 15.000.000,-
- Dana Internal PT : -
- Dana Institusi Lain : -

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Gorontalo, 12 April 2022
Ketua Penelitian,

(Endi Rahman, SE., MM)
NIP/NIK. 198006132009121004



Mengetahui,
Ketua Lembaga Penelitian

(Prof. Dr. Ishak Isa, M. Si)
NIP/NIK. 196105261987031005

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
IDENTITAS PENELITIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
DAFTAR ISI	iv
ABSTRAK	v
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Khusus	9
1.4 Keutamaan Penelitian	10
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep Usaha Mikro dan Kecil (UMK)	11
2.2 <i>Creative Intelligence</i>	14
2.3 Kinerja Bisnis	17
2.4 Keunggulan Bersaing	21
2.5 Peta Jalan/Road Map Penelitian	25
BAB III: METODE PENELITIAN	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Alur Penelitian	28
3.3 Tim & Tugas Peneliti	29
BAB IV: BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN	30
4.1 Rencana Anggaran	30
4.2 Tahapan Kegiatan	30
DAFTAR PUSTAKA	31
Lampiran I: Rencana Anggaran	33
Lampiran II: Biodata Peneliti	35
Lampiran III: Luaran Penelitian Tahun 2021 (Artikel Jurnal Internasional)	44

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Creative Intelligence* dan Kinerja Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) kuliner di wilayah Kota Gorontalo. Populasi dalam penelitian ini adalah Pemilik UMK kuliner yang berjumlah 150 orang dan sampel penelitian ini diambil sebanyak 60 orang dari jumlah populasi dengan menggunakan teknik slovin. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan Program SPSS versi 23.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini terlihat sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis. Dunia bisnis Indonesia yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang makanan atau dikenal dengan istilah kuliner.

Bisnis kuliner atau makanan sampai kapanpun akan tetap berkembang, karena makanan merupakan kebutuhan dasar setiap manusia. Karena hal itulah sekarang ini bisnis makanan semakin banyak muncul usaha-usaha yang sejenis, sehingga timbul persaingan ketat.

Persaingan yang cukup ketat dalam bidang perekonomian saat ini membuat banyak pelaku usaha mulai menciptakan peluangnya sendiri melalui sektor UMK, Usaha Mikro Kecil (UMK) telah mendapatkan perhatian lebih karena pertumbuhannya yang semakin pesat disebabkan karena kinerja UMK sangat efisien, dan produktif.

UMK dianggap dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan membantu meningkatkan perekonomian suatu daerah. Meningkatnya jumlah UMK tidak hanya meningkatkan perekonomian tetapi juga meningkatkan persaingan diantara para pelaku bisnis terutama pada usaha kuliner.

Usaha di bidang kuliner adalah usaha yang paling banyak ditemui karena usaha di bidang ini dinilai cukup menjanjikan karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok yang selalu dibutuhkan semua orang.

Fakta menunjukkan bahwa meskipun memiliki sejumlah keunggulan yang memungkinkan usaha mikro dan kecil (UMK) bertahan dari badai krisis, tidak semua usaha kecil dapat terhindar dari dampak negatif krisis ekonomi. Usaha mikro kecil bidang kuliner yang menghasilkan berbagai produk makanan tidak lepas dari persaingan bisnis yang ketat saat ini, disebabkan karena banyak usaha kuliner lain yang menjadi pesaing oleh usaha kuliner di kota Gorontalo.

Beberapa UMK masih memiliki berbagai kelemahan eksternal, seperti ketidakmampuan beradaptasi dengan pengaruh lingkungan strategis, kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengantisipasi perubahan umum yang disebabkan oleh meningkatnya persaingan di dunia usaha. Selain itu, faktor internal beberapa UMK antara lain kurangnya kemampuan dan keterampilan manajerial, kurangnya akses teknologi informasi, permodalan dan pasar. Kelemahan internal ini disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas untuk menangani UMK dan mengantisipasi berbagai tantangan yang muncul.

Persaingan dunia usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan bersaing, jika tidak perusahaan tidak akan mampu bertahan lama. Keunggulan bersaing dalam perusahaan dapat diperoleh dengan berfokus pada nilai pelanggan. Budaya dan iklim dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

Oleh karena itu, untuk memenangkan persaingan dalam memasarkan produk produsen tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga pada strategi yang biasa digunakan oleh perusahaan yaitu inovasi produk dan pemasaran media sosial.

Intelligence) adalah kemampuan manusia untuk memunculkan ide-ide baru. Salah satu implementasinya adalah menyelesaikan masalah dengan cara yang khas, yang berbeda dari biasanya, berpikir secara orisinal, benar-benar baru dan berbeda.

Seorang pelaku usaha harus mempunyai kemampuan untuk mengembangkan gagasan-gagasan baru serta menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. *Creative intelligence* akan menjadi dasar seorang wirausahawan untuk berfikir berbeda yaitu berbeda dari kebanyakan orang, karena jika ia berfikir sama dengan banyak orang maka disana tidak ada nilai keunikan yang bisa dijual. Sebuah produk akan dibeli jika mengandung keunikan, dan keunikan itu akan di peroleh dengan *creative intelligence*.

Masih rendahnya pemahaman akan *creative intelligence* dalam wirausaha membuat para pelaku usaha yang sudah mendirikan usahanya sekian lama akan mendapatkan hambatan jika usahanya perlahan mengalami kemunduran. Wirausahawan haruslah menyadari pentingnya *creative intelligence* melalui pengalamannya dalam mendirikan usaha sejak awal.

Dengan semakin banyaknya UMK kuliner wilayah Kota Gorontalo, maka pelaku usaha harus berjuang meraih target yang diharapkan. metode tersebut dikenal sebagai kinerja bisnis. Menurut Muis (2012) Kinerja Bisnis dapat dilihat dari dua hal yaitu *finansial* dan *non finansial*.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari dua hal tersebut maka pelaku bisnis harus melakukan langkah-langkah seperti menciptakan strategi yang baik, melakukan rencana untuk mengembangkan bisnis melalui peningkatan volume penjualan, peningkatan pangsa pasar, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan kepuasan pelanggan, memonitoring (mengontrol) bisnis yang dijalankan serta melakukan tindakan seperti mempromosikan usahadan menciptakan produk yang berkualitas untuk meningkatkan performa perusahaan. Dengan adanya tekanan persaingan begitu ketat, sehingga secara langsung atau tidak langsung sangat mempengaruhi kinerja bisnis UMK kuliner.

Munculnya persaingan dalam berwirausaha merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka wirausahawan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam perusahaan yang akan memberikan pengaruh yang cukup besar dalam kelangsungan hidup usaha.

Untuk itu setiap wirausaha harus memiliki keunggulan yang menjadi kekuatan bagi dirinya dan harus memperbaiki kelemahannya agar akhirnya menghasilkan keunggulan dalam bersaing. Keunggulan bersaing adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor terdekat (Saiman, 2009)

Dengan banyaknya persaingan usaha UMK kuliner di wilayah kota gorontalo, pemilik usaha harus mampu meningkatkan *creative intelligence* dan kinerja bisnis untuk menjaga kelangsungan hidup usahanya.

Dari sinilah para pemilik pelaku usaha UMK kuliner dapat menghasilkan keunikan dan juga dituntut untuk mampu menggali dan memanfaatkan keunggulannya sehingga mencapai keunggulan bersaing.

Hal tersebut dapat memicu persaingan yang ketat antar pelaku usaha kuliner. Setiap usaha harus memiliki strategi-strategi bisnis yang cukup kuat untuk mendapatkan *new customer*, meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan mempertahankannya (loyalitas pelanggan).

Setiap usaha harus memiliki perbedaan (diferensiasi) dengan pesaing agar usaha tersebut memiliki keunggulan bersaing. Oleh karena itu keberadaan serta jumlah UMK kuliner yang menjamur di wilayah kota Gorontalo harus memiliki keunggulan dalam bersaing agar terus dapat bertahan dan berkembang.

Dari permasalahan diatas akhirnya mendorong penulis untuk melakukan Penelitian mengenai **“Pengaruh *Creative Intelligence* dan Kinerja Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Kuliner di Wilayah Kota Gorontalo ”**.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Semakin banyak bermunculan UMK kuliner di kota Gorontalo sehingga persaingan usaha semakin ketat
2. UMK kuliner masih belum mempunyai strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan bersaing

1.3. Tujuan Khusus Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Creative Intelligence* terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK kuliner di Wilayah Kota Gorontalo.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kinerja Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK kuliner di Wilayah Kota Gorontalo
3. Untuk menganalisis pengaruh *Creative Intelligence* dan Kinerja Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK kuliner di Wilayah Kota Gorontalo

1.4. Keutamaan Penelitian

Adapun Keutamaan penelitian ini :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan dalam bidang kewirausahaan mengenai pengaruh *Creative Intelligence* dan Kinerja Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing

2. Bagi Pelaku Bisnis Khususnya UMK kuliner

Sebagai sumber informasi, bahan masukan atau acuan bagi para pelaku usaha khususnya UMK kuliner bagaimana pentingnya *Creative Intelligence* dan Kinerja Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing. Selain itu dapat menjadi pertimbangan untuk pengembangan usahanya, menghadapi persaingan dan pengembangan strategi di masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan sekaligus referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya terutama menyangkut faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing pada bisnis – bisnis UMK yang sedang berkembang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Usaha Mikro Kecil (UMK)

2.1.1. Definisi Usaha Mikro Kecil (UMK)

Pengertian Usaha Mikro Kecil (UMK) menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR No.XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diperdagangkan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dan diubah ke Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau
- 3) Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini
- 4) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengertian Usaha Mikro Kecil adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00.

Dimaksudkan dalam poin (a) bahwa kekayaan suatu UMK paling banyak lima puluh juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha karena tanah dan bangunan tempat usaha bukan dalam bagian suatu kekayaan UMK. Banyak UMK yang menggunakan tanah aset desa dalam melakukan usahanya, sehingga alasan inilah yang menjadi salah satu faktor mengapa tanah dan bangunan tempat usaha bukan termasuk kekayaan bersih dari suatu UMK.

Selanjutnya, berdasarkan perkembangannya, usaha mikro diklasifikasikan menjadi dua, yaitu usaha mikro *livelihood*, yaitu usaha mikro yang sifatnya untuk mencari nafkah semata serta sebagai mata pencaharian dalam memenuhi kehidupan.

2.1.2 Kelebihan dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil (UMK)

Beberapa keunggulan yang dimiliki Usaha Mikro Kecil (Partomo dan Rachman, 2002) antara lain:

1. Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk
2. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil
3. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan berskala besar yang pada umumnya birokratis.
4. Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan.

Kelemahan yang dimiliki Usaha Mikro Kecil (UMK) (Tambunan, 2002) yaitu:

1. Kesulitan pemasaran, salah satu aspek yang berkaitan dengan masalah pemasaran yang sering dihadapi oleh pelaku UMK adalah tekanan-tekanan

persaingan, baik dipasar domestik dari produk-produk yang serupa buatan pengusaha-pengusaha besar dan import maupun dipasar eksport.

2. Keterbatasan financial, masalah yang sering dihadapi dalam aspek financial yaitu modal baik modal awal maupun modal kerja dan financial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan output jangka panjang.
3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), keterbatasan SDM yaitu dalam aspek-aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, control kualitas, akuntansi, mesin-mesin, organisasi, pemrosesan data, teknik pemasaran, dan peneliti pasar. Semua keahlian tersebut sangat diperlukan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktifitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru.

Masalah bahan baku, keterbatasan bahan baku dan input-input lain juga sering menjadi salah satu masalah serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produksi bagi UMK di Indonesia.

- **Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil**

Menurut Indriyatni (2013), faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro dan kecil adalah:

- 1) Modal

Terbukti modal kerja berpengaruh pada keberhasilan usaha mikro dan kecil. Kelemahan usaha kecil adalah kekurangan dana untuk memenuhi beban mereka dalam beberapa bulan ke depan. Ditambah lagi dengan belum adanya pemisahan keuangan usaha dan keuangan rumah tangganya

- 2) Kemampuan (*Skill*) seorang wirausaha

Kemampuan/skill, baik teknis maupun manajerial juga berpengaruh pada keberhasilan usaha mikro dan kecil, akan tetapi dengan tingkat pendidikan yang rata-rata rendah dan latar belakang memulai usaha karena desakan kebutuhan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, maka segi kemampuan/skill ini menjadi kelemahan dari usaha mikro dan kecil.

2.2. Creative Intelligence

2.2.1. Definisi Creative Intelligence

Menurut Gardner (dalam Efendi & Sutanto, 2013) Kecerdasan atau inteligensi adalah kemampuan untuk memecahkan atau menciptakan sesuatu yang bernilai bagi budaya tertentu. Inteligensi atau kecerdasan menurut Benedeck, Robert, Ursano, & Holloway (2014) dapat di definisikan melalui dua jalan yaitu secara kualitatif adalah proses belajar untuk memecahkan permasalahan yang dapat diukur dengan tes inteligensi, dan secara kualitatif suatu cara berfikir dalam membentuk konstruk bagaimana menghubungkan dan mengelola informasi dari luar yang disesuaikan dengan dirinya.

Menurut Naiman (2006) mengemukakan bahwa kreativitas sebagai tindakan yang memutar gagasan-gagasan imajinatif dan bersifat baru ke dalam kenyataan. Kreativitas melibatkan dua proses yaitu pemikiran dan menghasilkan inovasi merupakan hasil atau implementasi dari suatu gagasan. Kreativitas membuat pelaku usaha mampu mengambil peluang usaha sehingga dapat menjadi basis inovasi bagi pertumbuhan bisnisnya (Bilton, 2007). Menurut Buzan (2011) menyebutkan Kecerdasan Kreatif (*Creative Intelligence*) adalah kemampuan manusia untuk memunculkan ide-ide baru. Salah satu implementasinya adalah menyelesaikan masalah dengan cara yang khas, yang berbeda dari biasanya, berpikir secara orisinal, benar-benar baru dan berbeda.

Melalui kemampuan kreatif ini, kita dapat lebih meningkatkan imajinasi, perilaku dan produktivitas dalam diri kita. Maka dapat disimpulkan pengertian kecerdasan kreatif (*Creative Intelligence*) adalah mengetahui bagaimana cara kita memecahkan masalah sehari-hari. Kecerdasan yang dapat mempengaruhi keberhasilan seseorang adalah kecerdasan kreatif (*creative intelligence*).

Menurut Moller (2005) Kecerdasan kreatif adalah kemampuan untuk melampaui yang ada untuk menciptakan ide-ide baru dan menarik. Kecerdasan Kreatif berkaitan dengan cara kita melakukan berbagai hal dan juga hasil yang akan dicapai. Suatu aktifitas dianggap kreatif kalau melibatkan suatu pendekatan baru atau unik, bagaimana memecahkan masalah dan jika hasilnya dianggap berguna serta dapat diterima (Rowe, 2009)

Menurut Roe (dalam Hadiyati, 2011) menyatakan bahwa syarat-syarat orang yang kreatif yaitu keterbukaan terhadap pengalaman, keinginan, toleransi terhadap ambiguitas, kemandirian dalam penilaian, pikiran dan tindakan, memerlukan dan menerima otonomi, kepercayaan terhadap diri sendiri, tidak sedang tunduk pada pengawasan kelompok, dan ketersediaan untuk mengambil resiko yang diperhitungkan.

Menurut Kuratko (2008) “*Creativity is the generation of ideas that results in the improved efficiency or effectiveness of a system*”. Artinya, kreativitas adalah ide-ide yang dihasilkan untuk peningkatan efisiensi atau efektivitas dalam suatu sistem. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas sangat diperlukan dalam suatu sistem (usaha) untuk peningkatan efisiensi atau efektivitas dalam usaha tersebut.

Menurut Hadiyati (2011) menyatakan bahwa atribut orang kreatif adalah memiliki rasa ingin tahu, optimis, fleksibel, mencari solusi dalam masalah, orisinal dan suka berimajinasi.

Berdasarkan beberapa teori *creative intelligence* di atas, secara singkat *creative intelligence* adalah kemampuan berpikir yang dimiliki oleh setiap orang untuk menemukan hal-hal yang baru.

2.2.2. Dimensi *Creative Intelligence*

Berdasarkan teori Rowe (2009), dapat diklasifikasikan *creative intelligence* kedalam empat dimensi pengalaman:

1. Intuitif

Tipe ini menggambarkan individu-individu yang banyak akal dan merupakan tipikal manajer, aktor serta politikus. Tipe kreatif intuitif ini mengandalkan pengalaman pada masalah lalu sebagai penuntun pada pencapaian, kerja keras, dan kemampuan menyelesaikan masalah.

2. Inovatif

Tipe ini menggambarkan individu-individu yang selalu ingin tahu dan merupakan tipikal ilmuwan, insinyur dan penemu. Tipe inovatif ini menekankan pada daya cipta, eksperimen dan sistematika informasi.

3. Imajinatif

Tipe ini menggambarkan individu-individu yang begitu penuh pemahaman dan merupakan tipikal seniman, musikus, penulis dan pemimpin. Tipe imajinatif ini mampu mengidentifikasi peluang potensial.

4. Inspirasional

Tipe ini menggambarkan individu-individu yang pengkhayal dan merupakan tipikal pendidik, pemimpin dan penulis.

Tipe inspirasional ini mempunyai sudut pandang yang positif dan berorientasi pada aksi terhadap kebutuhan

masyarakat dan bersedia untuk mengorbankan diri demi tujuannya.

2.2.3. **Indikator *Creative Intelligence***

Creative Intelligence melibatkan beberapa indikator yang dapat kita pelajari dan kembangkan sebagai upaya meningkatkan kemampuan kreativitas, penelitian

Harahap (2011) menyatakan indikator-indikator tersebut antara lain:

1. Kerja keras dan kemampuan menyelesaikan masalah
2. Eksperimen dan sistematika informasi.
3. Mempunyai pikiran yang terbuka dan sering mengandalkan humor untuk menyampaikan gagasan.
4. Berorientasi terhadap kebutuhan masyarakat dan bersedia untuk mengorbankan diri demi tujuan.

Terdapat tindakan-tindakan sederhana yang dapat dilakukan dalam keseharian kita yang ternyata membantu kita untuk lebih kreatif, antara lain seperti belajar mendengarkan orang lain, belajar bergurau, memposisikan diri di posisi lain, membuat hubungan dengan orang lain, melakukan permainan menggabungkan, mencoba kombinasi baru, serta latihan asosiasi imajinasi.

2.2.4. **Ciri-Ciri *Creative Intelligence***

Menurut Rowe (2009) ciri-ciri *creative intelligence* ada tiga kategori:

1. Ciri-ciri pokok: kunci untuk melahirkan ide, gagasan, ilham, pemecahan, cara baru, penemuan.

Ciri-ciri yang memungkinkan: yang membuat mampu mempertahankan ide- ide kreatif, sekali sudah ditemukan tetap hidup.

2. Ciri-ciri sampingan: tidak langsung berhubungan dengan penciptaan atau menjaga agar ide-ide yang sudah ditemukan tetap hidup, tetapi kerap mempengaruhi perilaku-perilaku orang-orang kreatif

Menurut Hadiyati (2011), jika kita mengimplementasikan kreativitas dan inovasi pada bisnis, akan terjadi antara lain:

1. Akselerasi atau percepatan pertumbuhan bisnis
2. Transformasi bisnis dari kecil menjadi besar
3. Pengembangan dan multiplikasi bisnis
4. Kontrol terhadap perubahan perilaku konsumen dan pesaing.
5. Kontrol terhadap setiap perubahan yang terjadi pada lingkungan bisnis Tujuan

akhir *creative intelligence* adalah keuntungan bagi bisnis sehingga akan tercapai transformasi dan akselerasi bisnis ke tingkat yang lebih tinggi. Dengan kreativitas kita menciptakan ide-ide atau gagasan tentang produk ataupun cara dalam menjalankan bisnis. Kemudian ide tersebut kita kembangkan sehingga menjadi inovasi, yaitu ide yang dapat dijalankan dan memberi nilai tambah bagi perusahaan, yang pada gilirannya dapat mengakselerasi pertumbuhan usaha dan mendorong proses transformasi bisnis menjadi lebih besar dan berkembang.

2.3. Kinerja Bisnis

2.3.1. Pengertian Kinerja Bisnis

Menurut Hakim (2006) Kinerja merupakan hasil kerja yang dicapai oleh individu yang disesuaikan dengan peran atau tugas individu tersebut dalam suatu perusahaan pada suatu periode waktu tertentu, yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu dari perusahaan dimana individu tersebut bekerja. Kinerja merupakan perbandingan hasil kerja yang dicapai oleh pegawai dengan standar yang telah ditentukan (Masrukhin & Waridin, 2004)

Menurut Wibowo (2008) kinerja berasal dari pengertian *performance*. Adapun pengertian *performance* sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun sebenarnya kinerja mempunyai makna luas, tidak hanya hasil kerja, tetapi bagaimana proses pekerjaan berlangsung.

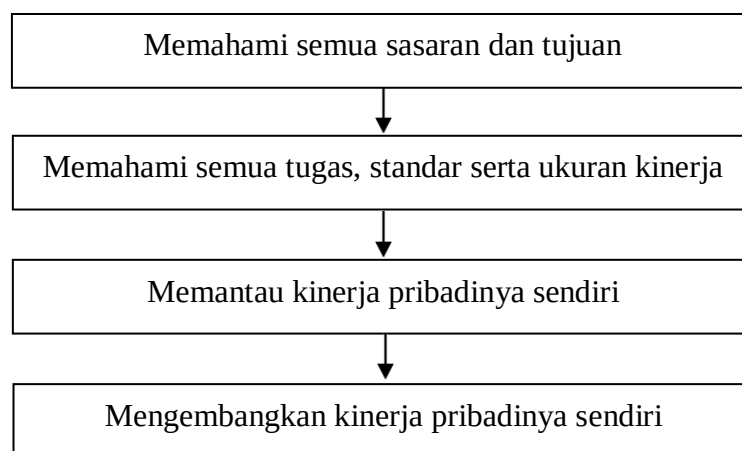
Adapun pendapat lain yang dikemukakan oleh Armstrong dan Baron (dalam Wibowo, 2008), kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi.

Kinerja bisnis merupakan suatu kondisi yang ingin dicapai sebagai hasil-hasil yang telah dilakukan oleh seluruh komponen perusahaan. Dalam hal ini indikator kinerja bisnis diukur dengan pernyataan responden perubahan volume penjualan sehingga eksistensi perusahaan selalu dilakukan dan selalu dijaga, sehingga dapat mengetahui repon konsumen terhadap produk perusahaan. (Supartha, 2009)

Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja suatu bisnis merupakan segala sesuatu yang diinginkan oleh konsumen dalam produk ataupun jasa dengan memaksimalkan kualitas hasil yang akan diterima oleh konsumen.

Berdasarkan analisa diatas, dapat disimpulkan juga bahwa pada dasarnya kinerja suatu bisnis sangat dibutuhkan dan penting dalam persaingan bisnis. Dengan adanya kinerja bisnis yang baik yang ditawarkan tentunya akan menjadi keunggulan tersendiri bagi suatu bisnis untuk mengembangkan usahanya.

Menurut Amstrong (dalam Dharma, 2010) adapun kontribusi pelaku usaha dalam manajemen kinerja bisnis adalah:



Sumber: Dharma (2010)

Gambar 2.1
Manajemen Kinerja Bisnis

2.3.2. Pengukuran Kinerja

Menurut Mulyadi (dalam Wicaksono & Nuvriasari, 2012) pengukuran kinerja (*performance*) merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya secara efektif sehingga memberikan arah pada pengambilan keputusan strategis yang menyangkut perkembangan suatu organisasi pada masa yang akan datang.

Menurut Hartini (2012), mengatakan menilai seberapa baik aktivitas dan proses yang dilakukan pelaku usaha merupakan hal yang mendasar dalam meningkatkan profitabilitas, sehingga untuk itu perlu digunakan ukuran kinerja yang dirancang untuk menilai seberapa baik hasil akhir yang dicapai.

Dengan adanya pengukuran kinerja akan dapat dilakukan pengevaluasian dengan membandingkan kinerja yang ditetapkan dengan sesungguhnya.

Dari hasil perbandingan tersebut, pelaku bisnis dapat mengetahui seberapa besar penyimpangan yang terjadi dan seberapa jauh kemajuan yang telah tercapai dan tidak tercapai, sehingga dapat diambil tindakan untuk mengatasinya. Faktor yang terutama dalam mengukur kinerja bisnis adalah analisis terhadap perilaku yang diperlukan untuk mencapai hal yang telah disepakati, bukan penilaian terhadap kepribadian (Dharma, 2010)

Para pelaku bisnis perlu mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis dan dimensi-dimensi dari faktor-faktor tersebut. Oleh karena itu, para pelaku bisnis memerlukan dimensi yang dapat mengukur kinerja bisnis baik yang bersifat kinerja *financial* atau kerja *non financial*. Dalam pengukuran kinerja terdapat dua perspektif yaitu *subjectives concepts* dan *objective concept* pada budaya bisnis di Asia informasi tentang kinerja bisnis biasanya merupakan suatu rahasia bisnis, sehingga perusahaan enggan memberikan data kinerjanya (Hartini, 2012)

Pengukuran kinerja bisnis dapat dilakukan melalui beberapa aspek berikut, yaitu kinerja keuangan, kinerja operasional, kinerja pemasaran, dan kinerja sumber daya manusia. (Harjanti & Prasetyo, 2013)

2.3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Faktor yang mempengaruhi kinerja diantaranya yaitu:

1. Faktor Kemampuan

secara psikologis, kemampuan atau *ability* pegawai terdiri atas kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan realitas (pendidikan).

2. Faktor Motivasi

Motivasi terbentuk dari sikap seorang pegawai dalam menghadapi situasi kerja.

Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai terarah untuk mencapai tujuan kerja. Sikap mental merupakan kondisi mental yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai potensi kerja secara maksimal.

3. Efektivitas dan Efisiensi

Jika tujuan tercapai, dapat dinyatakan bahwa kegiatan tersebut efektif namun jika akibat yang dicari kegiatan menilai penting dari hasil yang dicapai maka akan mengakibatkan kepuasan meskipun efektif itu disebut tidak efisien. Sebaliknya jika akibat yang dicari tidak penting maka kegiatan tersebut efisien

4. Wewenang (Otoritas)

Otoritas ini merupakan sifat komunikasi dalam suatu organisasi formal yang dimiliki anggota organisasi terhadap anggota lain untuk melakukan suatu kegiatan sesuai kontribusinya.

5. Disiplin

Disiplin atau taat terhadap peraturan yang telah disepakati dalam organisasi dimana ia bekerja perlu dilakukan oleh karyawan.

6. Inisiatif

Inisiatif berkaitan dengan daya pikir dan kreatifitas dalam membentuk ide yang berkaitan dengan tujuan organisasi yang telah direncanakan.

2.3.4. Dimensi Kinerja Bisnis

Menurut Muis (2012) terdapat dua dimensi kinerja bisnis, yaitu:

1. *Finansial* dengan indikator yaitu peningkatan pendapatan dan peningkatan keuntungan.
2. *Non Finansial* dengan indikator yaitu peningkatan volume penjualan, peningkatan pangsa pasar, peningkatan jumlah pelanggan, dan peningkatan kepuasan pelanggan.

Menurut Suci (2009) tujuan sebuah bisnis itu adalah eksis (*survive*) mampu berdiri, untuk memperoleh laba (*benefit*) dan strategi bisnis yang dapat berkembang (*growth*), yaitu tercapai apabila bisnis tersebut mempunyai performa yang baik.

Kinerja (*performa*) bisnis dapat dilihat dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian modal, tingkat *turnover* dan pangsa pasar yang diraihinya.

2.4. Keunggulan Bersaing

2.4.1. Definisi Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing dari bisnis dapat dianggap sebagai cara yang unik dan lebih baik dimana peluang menguntungkan dapat diidentifikasi dan dipertahankan melalui kreativitas dan perencanaan berkelanjutan.

Untuk bertahan hidup pemilik usaha kecil harus mengidentifikasi keunggulan kompetitif mereka apakah memiliki keunggulan lebih dari pesaing,

Mengidentifikasi sumber keunggulan kompetitif didasarkan pada pengetahuan mendalam tentang lingkungan pasar, termasuk pelanggan dan pesaing, yang dapat diperoleh dengan melakukan analisis kompetitif (dari pelanggan dan pesaing) secara teratur.

Menurut Fatmawati (2016) keunggulan bersaing adalah sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari para pesaingnya dan memberikannya posisi unik di pasar sehingga lebih unggul dari pada pesaingnya. Sebuah strategi harus dirancang untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sehingga membuat perusahaan dapat menguasai pasar lama maupun pasar baru.

Kotler (2000) menyatakan bahwa Keunggulan bersaing adalah keunggulan atas pesaing yang didapat dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi. Kemudian pendapat lain menurut David (2006) menggambarkan keunggulan bersaing sebagai suatu keadaan dimana ketika sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu dan perusahaan lainnya tidak dapat atau tidak memiliki sesuatu yang diinginkan pesaingnya.

Menurut Bernadin & Russel (2002) Keunggulan bersaing adalah berhubungan dengan kemampuan suatu organisasi memformulasikan strategi yang menempatkannya pada posisi yang menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan lainnya dalam industri. Perusahaan memperoleh keunggulan bersaing jika mampu mengungkit kapabilitasnya secara efektif.

Kapabilitas tersebut termasuk aset fisik dan finansial, kompetensi, proses organisasi, atribut perusahaan, informasi, pengetahuan, yang dikendalikan oleh perusahaan yang memungkinkan perusahaan mendesain dan mengimplementasikan strategi bisnisnya.

Menurut Ghosh & Jublee (2016) Keunggulan bersaing juga dapat diartikan sebagai suatu keadaan yang memberikan suatu usaha peluang untuk memberikan nilai yang lebih kepada pelanggannya dari pada kompetitor. Keunggulan bersaing berasal dari kemampuan perusahaan untuk merakit dan mengeksploitasi kombinasi sumber daya yang sesuai (Janet & Ngugi, 2014)

Menurut Saiman (2009) Keunggulan bersaing adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor terdekat. Keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha. Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar mencitakannilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan bersaing terlibat dalam tindakan serupa (Barney, 1991).

Dalam ruang lingkup usaha kecil menengah, keunggulan bersainag sangatlah dipengaruhi oleh kemampuan pemasaran dikarenakan kegiatan pemasaran membangun sumber pemasukan dan memberikan arus kas yang stabil untuk menutupi biaya yang diinvestasikan usaha usaha yang memiliki arus kas yang lancar akan lebih mudah unggul dan bersaing (Pratono & Pudjiudojo, 2016).

Menurut Barney (1991), terdapat tiga sumber utama keunggulan bersaing yang merupakan pengendali posisi keunggulan yaitu:

1. Sumber modal fisik (teknologi, bangunan, perlengkapan, lokasi serta akses untuk mendapatkan material)
2. Sumber modal manusia (pelatihan, pengalaman, penilaian, kepandaian, hubungan, dan kerja individual)
3. Sumber modal organisasi (struktur, perencanaan formal dan informal, pengawasan, sistem koordinasi diantara kelompok serta dengan perusahaan hubungan antara perusahaan dan lingkungan)

Strategi yang tepat akan menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Menurut Mardiyono (2015) kunci sukses untuk memenangkan suatu persaingan pasar terletak pada kemampuan perusahaan menciptakan keunggulan bersaing. Menurut Ibrahim & Primiana (2015) Keunggulan bersaing adalah kunci keberhasilan dalam konsep manajemen strategis perusahaan, karena merupakan strategi yang dirancang untuk mendapatkan nilai perusahaan. Menurut Kadarningsih (2013) Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Jika suatu usaha tepat memilih strategi untuk menganalisa pasar maka akan dengan mudah menciptakan keunggulan bersaing dalam pasar tersebut.

Keunggulan bersaing menunjukkan bahwa suatu usaha memiliki kinerja usaha yang lebih baik daripada pesaing yang berada di industri yang sama dengan menggunakan aset dan kompetensi yang dimilikinya. (Jia-Sheng & Chia Jung, 2010)

2.4.2. Dimensi Keunggulan Bersaing

Menurut Safarnia (2011) dimensi keunggulan bersaing sebagai berikut:

1. *Innovation Differentiation* (Diferensiasi Inovasi)
Strategi diferensiasi inovasi menggabungkan pembelajaran dan inovasi. Artinya, pembelajaran terjadi melalui penelitian dan pengembangan, inovasi menggunakan pembelajaran untuk menghasilkan produk dan proses inovatif yang berbeda dari pada pesaing, dan strategi diferensiasi inovasi memungkinkan perusahaan untuk menemukan kembali dirinya sendiri

dan tetap berada di depan pesaing secara konstan dengan menembus pasar yang ada

atau berkembang ke pasar yang baru. Dengan demikian, strategi diferensiasi inovasi secara efektif berkontribusi terhadap pertumbuhan dalam hal kinerja perusahaan.

Diferensiasi ini juga memerlukan penelitian dasar yang cukup serius karena agar bisa benar-benar berbeda, diperlukan pengetahuan tentang produk pesaing dan mencoba menciptakan posisi unik di benak pelanggan berdasarkan fitur produk yang unik.

2. *Marketing Differentiation* (Diferensiasi Pemasaran)

Dalam hal ini, diferensiasi pemasaran mengacu pada kemampuan penginderaan pasar dan pelanggan yang digunakan perusahaan untuk menghubungkan pelanggan dengan perusahaan. Contohnya, bekerja untuk memberikan nilai tukar yang lebih besar melalui *branding*, periklanan, tenaga penjualan, dan teknik pemasaran unik lainnya)

3. *Low Cost Strategy* (Strategi Biaya Rendah)

Perusahaan fokus pada pengurangan biaya melalui efisiensi operasional.

Contohnya, memanfaatkan fasilitas yang ada dan belajar bagaimana mengurangi biaya melalui otomatisasi, modernisasi, pemanfaatan kapasitas, atau skala ekonomi.

Pengurangan efisiensi, pengendalian, perencanaan, dan varians mewakili elemen kunci dari strategi biaya rendah. Untuk tujuan ini, Rust (2002) berpendapat bahwa penekanan biaya berkaitan dengan standarisasi dan efisiensi operasional karena fokusnya adalah pada pemeliharaan dan pengurangan biaya, biaya rendah seharusnya tidak berkontribusi terhadap pertumbuhan, namun harus menagari bawah operasi yang efisien yang mengurangi “lemak” dan praktik bisnis.

Syarat-syarat strategis untuk mencapai keunggulan bersaing mencakup kemampuan merumuskan strategi bauran pemasaran (4P) yang meliputi:

1. Strategi Produk

Berkaitan dengan produk secara utuh atau keseluruhan mulai dari mana, kualitas, manfaat, spesifikasi bentuk, isi, pembungkus, dan atribut produk lainnya. Intinya, produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan tepat untuk jangka panjang, baik produk yang berupa fisik maupun jasa.

2. Strategi harga

Setelah strategi produk tercapai, selanjutnya adalah menetapkan strategi harga-harga dalam sejumlah nilai (dapat dikur dengan uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati produk dan jasa tersebut.

3. Strategi Tempat dan Distribusi

Adalah cara perusahaan menyalurkan produk dari tempatnya sampai ke tangan konsumen akhir secara efisien dan efektif, sehingga tidak mengganggu strategi harga.

4. Strategi Promosi

Mencakup usaha mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung

2.5. Peta Jalan (*Roadmap*) Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan kali ini mengacu pada beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya khususnya berkaitan dengan aspek keunggulan bersaing suatu unit usaha atau bisnis. Usaha Mikro dan Kecil (UMK) masyarakat merupakan bagian penting dari lingkup persaingan usaha yang berkontribusi besar pada sektor perekonomian masyarakat, karena menjadi sumber penghasilan bagi sebagian orang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga penelitian ini dirasa perlu untuk dilaksanakan dalam rangka mengidentifikasi potensi keunggulan bersaing dari UMK yang ada terutama UMK yang bergerak di bidang usaha kuliner.

Kota Gorontalo merupakan salah satu wilayah unggulan di Provinsi Gorontalo yang merupakan penyangga bagi aksesibilitas ke wilayah kabupaten lainnya.

Potensi ekonomi di kota Gorontalo cukup menjanjikan untuk peluang dibukanya unit-unit usaha/bisnis baru yang bisa mendatangkan kontribusi positif bagi iklim usaha daerah. Semakin banyak bermunculan usaha-usaha mikro maupun kecil oleh masyarakat menandakan geliat ekonomi yang semakin aktif dan tumbuh.

Penelitian-penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya berkaitan dengan aktivitas UMK-UMK yang ada di Gorontalo tertuang pada contoh publikasi sebagai berikut;

1. *Perkembangan dan Strategi Memberdayakan UMKM* dalam Jurnal FORMAS Vol. 1 No. 4 Juni 2008. hal. 221-227. ISSN 1978-8452
2. *Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo* dalam Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No. 2. Februari 2012. hal. 91-101. ISSN. 1979-7192
3. *Penguatan Produksi Dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo*, dalam Jurnal Oikos – Nomos. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNG Vol. 7 No. 3 September 2014 hal 209-220 ISSN 1979-1607
4. *The Determinant of The Improvement of Sales Volume by Small Medium Enterprises That Sell Processed Food in Gorontalo Regency*. Journal of Community Development In Asia JCDA). Vol.2 No.2 (2020)
5. *Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo*. Jurnal Oikos – Nomos. Volume 13, Nomor 1 Juni 2020

Roadmap/Peta Jalan Penelitian

1. *Perkembangan dan Strategi Memberdayakan UMKM dalam Jurnal FORMAS* Vol. 1 No. 4 Juni 2008. hal. 221-227. ISSN 1978-8452
2. *Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo* dalam Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No. 2. Februari 2012. hal. 91-101. ISSN. 1979-7192
3. *Penguatan Produksi Dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo*, dalam Jurnal Oikos – Nomos. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNG Vol. 7 No. 3 September 2014 hal 209-220 ISSN 1979-1607
4. *The Determinant of The Improvement of Sales Volume by Small Medium Enterprises That Sell Processed Food in Gorontalo Regency*. Journal of Community Development In Asia JCDA). Vol.2 No.2 (2020)
5. *Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo*. Jurnal Oikos – Nomos. Volume 13, Nomor 1 Juni 2020



YANG AKAN DILAKUKAN

- Observasi, identifikasi permasalahan
- Pengumpulan data; distribusi angket & dokumentasi
- Pengolahan data, analisis & interpretasi

HASIL YG DIHARAPKAN

- Laporan Penelitian
- Hasil penelitian dipublikasi dalam jurnal nasional maupun internasional bereputasi



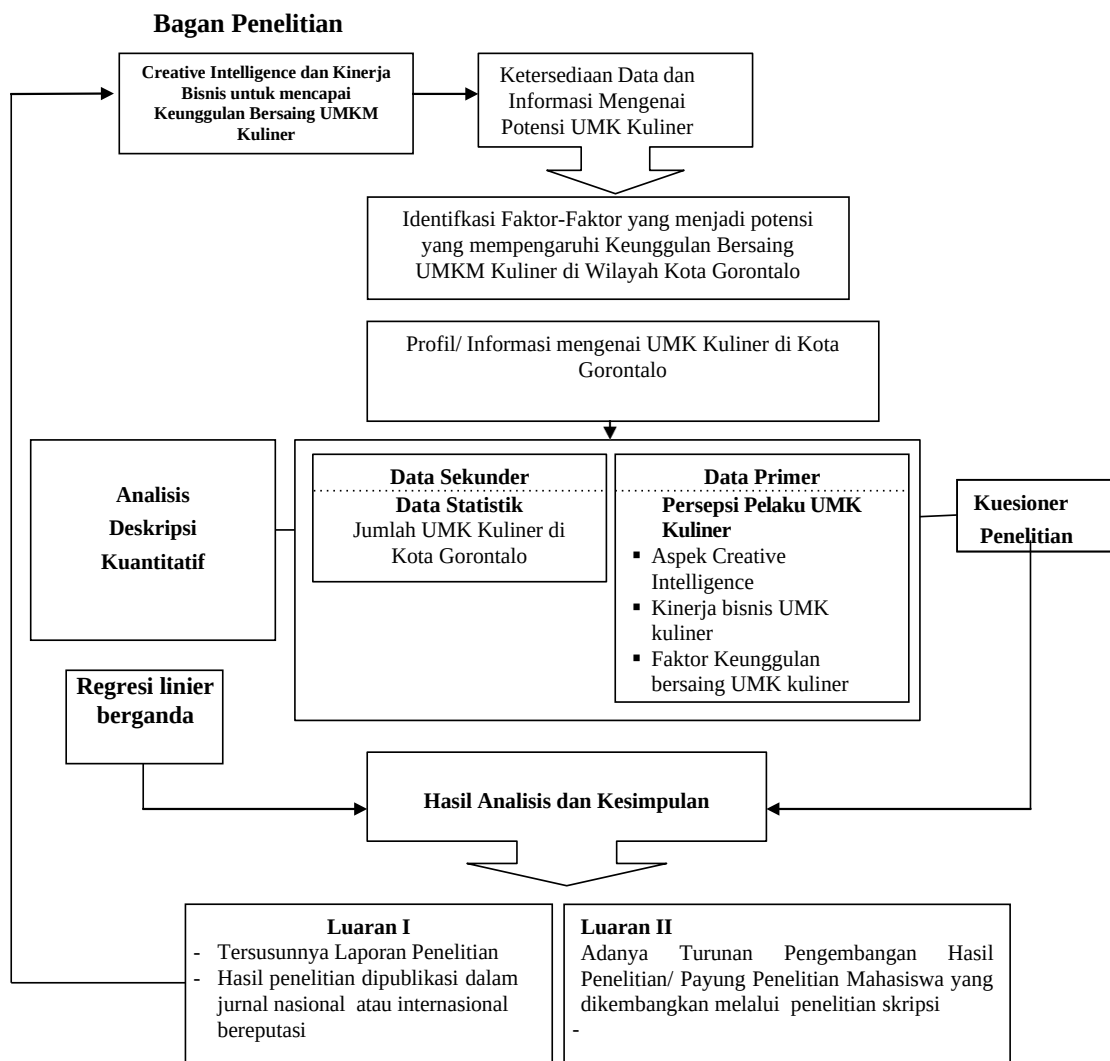
**Penelitian/Skripsi
Mahasiswa Turunan
Pengembangan Hasil
Penelitian**

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu menganalisis pengaruh *Creative Intelligence* dan Kinerja Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing UMK Kuliner sebanyak 60 sampel yang berada di Wilayah Kota Gorontalo. Untuk menganalisisnya akan digunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 23.



3.4 Tim & Tugas Peneliti

Tim Peneliti Pengaruh Creative Intelligence dan Kinerja Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Kuliner di Wilayah Kota Gorontalo dari para peneliti yang tergabung dalam TIM Peneliti sebagai berikut;

Tabel 3.1. Tim Peneliti

No	Jabatan	Tugas dan Tanggung Jawab	Jumlah
1	Ketua Tim (Endi Rahman SE.,MM)	Bertugas mempersiapkan seluruh anggota tim peneliti, mengatur pembagian tugas dan wewenang anggota, materi kajian, analisis penelitian serta kelengkapan administrasi lainnya.	1 Orang
2	Anggota Tim (Reskiawan Tantawi, SE.,MM)	Membantu Ketua mempersiapkan seluruh anggota tim peneliti, mengatur pembagian tugas dan wewenang anggota, materi kajian, analisis penelitian serta kelengkapan administrasi lainnya.	1 Orang
3	Asisten Peneliti I (Tasya Kidam)	Bertugas mempersiapkan bahan-bahan kuisiner yang terkait dengan aspek Creative Intelligence, Aspek Kinerja Bisnis, dan factor Keunggulan Bersaing dari pelaku usaha UMK kuliner	1 Orang
4	Asisten Peneliti II (Sahril)	Bertugas mempersiapkan bahan-bahan kuisiner yang terkait metode yang akan dilakukan, serta analisis data.	1 Orang
ENUMERATOR			
1	(.....)	Bertugas mempersiapkan kuisiner, mempersiapkan bahan-bahan kajian yang terkait semua aspek analisis	1 Orang

BAB 4

BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN

4.1. Rencana Anggaran

Anggaran biaya yang diperlukan untuk penelitian selama satu tahun sebesar Rp. **15.000.000.00** (Rincian dan justifikasi penggunaan di lampiran 1)

Tabel 4.1. Deskripsi Umum Rencana Anggaran

Deskripsi	Nominal (Rp)
Bahan Habis Pakai & Peralatan	2.500.000
Pengumpulan Data	1.640.000
Analisis Data	4.000.000
Pelaporan, Luaran Wajib & Luaran Tambahan	6.860.000
Total	15.000.000

Terbilang: Lima belas juta rupiah.

1.1. Tahapan Kegiatan

Tabel 4.2. Tahapan Kegiatan

Uraian Kegiatan	Tahun 2022					
	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Penyusunan Proposal						
Seleksi Proposal						
Observasi						
Pengumpulan Data						
Entry Data						
Pengolahan Data						
Estimasi Model						
Penyusunan Laporan						
Revisi Hasil Penelitian						
Finalisasi Laporan						

DAFTAR PUSTAKA

- Adeelec, R. (2015, Mei 2019). *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Survey Pada Distro Blankwear Bandung*. Retrieved from https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/664/jbpt-unikompp-gdl-reshaadele-33158-9-unikom_r-r.pdf
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Benedeck, D. M., Robert, J., Ursano, R. J., & Holloway, H. C. (2014). Military and Disaster Psychiatry. Dalam: Kaplan and Sadocks Comprehensive Textbook of Psychiatry. *Lippincott Williams & Wilkins*, 2426(35).
- Bernadin, H. J., & Russel, J. (2002). *Human Resource Management: An Experiential Approach*. United States: McGraw-Hill.
- Bilton, C. (2007). *Management and Creativity : From Creative Industries to Creative Management*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Buzan, T. (2011). *Buku Pintar Mind Map*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Dharma, S. (2010). *Manajemen Kinerja*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Efendi, V. A., & Sutanto, E. M. (2013). Pengaruh Faktor-Faktor Kecerdasan Emosional Pemimpin Terhadap Komitmen Organisasional Karyawan di Universitas Kristen Petra. *Jurnal AGORA*, 1(1), 1-7.
- Febriatmoko. (2015). Meningkatkan kinerja bisnis Melalui keunggulan bersaing Kuliner khas Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 24(1), 83-99.
- Ghosh, B. K., & Jublee, D. (2016). Linkage Among Competitiveness, Competitive Advantage and Competitive Priority of Apparel Export Firms at Tirupur. *International Journal of Management Research and Review*, 1012-1029.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Multivariat dengan program IBM SPS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Gajayana Malang*, 11.
- Harjanti, D., & Prasetyo, T. (2013). Modal Sosial Pengusaha Mikro dan Kecil Sektor Informal dan Hubungannya dengan Kinerja Bisnis di Wilayah Jawa Timur. *AGORA*, 1(3), 1641-1644.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*

- Ibrahim, R., & Primiana, I. (2015). Influence Of Strategic Competitive Advantage On Cooperation Performance. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(4)
- Janet, M., & Ngugi, K. (2014). Influence of Entrepreneurial Marketing on the Growth of SMEs in Kiambu Town-CBD. *European Journal of Business Management*, 1(11)
- Jati, G. P. (2014). Pengaruh Keunggulan Bersaing melalui Kinerja Bisnis (Studi Kasus pada Warung Makan Tlogosari Semarang). *Dipnogoro Journal Of Management*, 4(1),
- Jia-Sheng, L., & Chia Jung, H. (2010). A Research in Relating Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Business and Economics Research*, 8(9),
- Kadarningsih, A. (2013). Competitive Advantage; The Affecting Factors And Its Impact On Selling-In Performance (Studies On Patronage Outlets Pt. Indosat Semarang). *Journal: Economics and Business Faculty, University of Dian Nuswantoro, Semarang*, 21(1)
- Kuratko, D. F. (2008). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*. Bloomington: Cengage Learning.
- Laras, T. (2012). Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing (Survey Pada Industri Kreatif di Kota Bandung). 2(2)
- Moller, C. (2005). *Creative Intelligence*. Hillerod: Claus Moller Consulting.
- Muis, I. (2012). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja Bisnis dan Dimensi Kinerja Bisnis. *Jurnal Insan Akutansi*, 3(6)
- Rowe, A. J. (2009). *Creative Intelligence: Membangkitkan potensi Inovasi dalam diri dan Organisasi Anda*. Bandung: Kaifa.
- Rust. (2002). "Getting Return on Quality: Cost Reduction, Revenue Expansion, or Both?". *Journal of Marketing*, 6(6)
- Safarnia. (2011). Review of Competitive Intelligence and Competitive Advantage in the Industrial Estates Companies in the Kerman City. *Journal International Business and Management*, 2
- Valeria, N. P. (2013). Membangun Kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing pada UKM Manufaktur (Studi Empirik pada industri logam di kecamatan Ceper, Kabupaten Klaten). *Jurnal Bisnis Strategi*, 22(1)
- Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). Meningkatkan kinerja umkm industri kreatif melalui pengembangan Kewirausahaan dan orientasi pasar: kajian pada peran serta wirausaha Wanita di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi DIY. *Jurnal Sosio Humaniora*, 3(4), 3.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat

Rencana Anggaran

PERALATAN PENUNJANG					
Material	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya per Tahun	
				Tahun I	II
Beli software SPSS	Alat analisis	1 Set	2,000,000	2,000,000	
Sub total				2,000,000	
BAHAN HABIS PAKAI					
Material	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya per Tahun	
				Tahun I	Tahun II
Cartridge printer hitam	Cetak dokumen proses & hasil penelitian	1 Set	300,000	300,000	
Cartridge printer warna	Cetak dokumen proses & hasil penelitian	1 Set	350,000	350,000	
USB	Penyimpanan softcopy	2 Buah	100,000	200,000	
HVS A4	Cetak dokumen proses & hasil penelitian	5 Rim	40,000	200,000	
HVS F4	Pencetakan instrumen penelitian	5 Rim	40,000	200,000	
Spanduk	Rapat koordinasi tim & FGD	2 Buah	230,000	460,000	
Notebook	Diskusi tim & micro teaching	5 Dus	80,000	400,000	
Map plastic	ATM/ATK FGD	30 Buah	10,000	300,000	
Meterai	Legalitas adm	10 Buah	6,000	60,000	
Meterai	Legalitas adm	10 Buah	3,000	30,000	
Sub Total				2,500,000	
PENGUMPULAN & ANALISIS DATA					
Material	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya per Tahun	
				Tahun I	Tahun II
Sewa Mobil Rental		2X	500,000	1,000,000	

Konsumsi Tim Peneliti		4 Org	40,000 x 4	640,000	
Analisis Data		1 Org	2,000,000	2,000,000	

Sub total				3,640,000	
LUARAN					
Publikasi Luaran Penelitian di Jurnal Nasional SINTA atau Jurnal Internasional Bereputasi	Luaran penelitian	1 Paket	5,600,000	5,600,000	
			Sub total	5,600,000	
LAIN-LAIN					
Penjilidan lux modul	Luaran penelitian	5 Rgkp	20,000	100,000	
Penggandaan instrumen penelitian	Persiapan pengumpulan data	20 Rgkp	5,000	100,000	
Penggandaan materi FGD		20 Rgkp	10,000	200,000	
Penggandaan & Penjilidan laporan kemajuan		1 Paket	150,000	150,000	
Penggandaan & Jilid buku laporan Akhir		1 Paket	200,000	200,000	
Beli Pulsa Telepon Seluler		1 Paket	510,000	510,000	
Sub Total				1,260,000	
Total				15,000,000	

BIODATA PENELITIAN

1. Ketua Tim

CURRICULUM VITAE

A. Identitas Peneliti

Nama : Endi Rahman, SE.,MM.
NIP/NIDN : 19800613 200912 1 004/00130068006
Tempat dan Tanggal Lahir : Gorontalo, 13 Juni 1980
Jenis Kelamin : Laki-laki
Status Perkawinan : Kawin
Agama : Islam
Golongan/Pangkat : III d/Penata Tk.I
Jabatan Fungsional : Lektor
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Gorontalo
Alamat Kantor : Jl. Jenderal Sudirman No.6 Kota Gorontalo
Alamat Rumah : Jl. Noho Hudji, Desa Bongoime, Kecamatan
Tilongkabila, Kab.Bone Bolango
No. HP : 085342851331
Email : endi.rahman1306@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Tahun	Program Pendidikan	Perguruan Tinggi	Jurusan/Program studi
1998-2003	S1	Universitas Sam Ratulangi	Manajemen
2007-2009	S2	Universitas Trisakti	Manajemen

C. Pengalaman Penelitian dan Penulisan Artikel Karya Ilmiah/ Buku (5 Tahun Terakhir)

Tahun	Judul	Penerbit/Jurnal
2016	Pengaruh Kompensasi Terhadap Prestasi Kerja Salesmen (<i>Studi pada PT.Zanur Linas Mandiri Gorontalo</i>)	Jurnal Kebijakan Publik/Pusat Kajian Kebijakan Pembangunan (PK2P) Provinsi Gorontalo Edisi XXVI/April-Juli/16 ISSN 0216-454X
2017	Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Media Marketing Online	Jurnal Kebijakan Publik/Pusat Kajian Kebijakan Pembangunan (PKP2) Provinsi Gorontalo Edisi XXVI/April-Juli/17- ISSN 0216-454X
2017	Faktor-faktor Kualitas Jasa Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Berobat Pasien Rawat Inap di RSUD Prof.Dr.Aloei saboe, Kota Gorontalo	Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis <i>Oikos-Nomos</i> Volume 10.Nomor 2/ Agustus 2017 ISSN 1979-1607
2018	Pengaruh Kualitas Produk Listrik Prabayar dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.PLN (Persero) Area Gorontalo, Rayon Telaga	Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JAMBURA) Penerbit Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNG Volume I/Nomor 2/September 2018 ISSN 2620-9551
2018	Pengaruh Manajemen Konflik Terhadap Komitmen Pegawai pada Kantor Biro Umum Provinsi Gorontalo	Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JAMBURA) Penerbit Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNG Volume I/Nomor 2/September 2018 ISSN 2620-9551
2018	The Impact Of Quality Aspects Of Hospital Services Towards Hospitalized Patient's Interest in Treatment at Regional Public Hospital Prof.Dr.Aloei Saboe, Gorontalo City	Journal of International Conference Proceedings Published by Association of International Business & Professional Management (AIBPM) ISSN 2622-0989
2019	Pengaruh Program Keselamatan dan Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Gema Nusantara Jaya Gorontalo Utara	Penelitian Kolaboratif Dosen dan Mahasiswa Dana PNPB Fakultas Ekonomi UNG
2019	Buku Ajar MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA Edisi I	Penerbit Ideas Publishing ISBN 978-623-234-001-5

2020	Keputusan Pembelian Ponsel iPhone yang dipengaruhi oleh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Pelanggan	Jurnal Kebijakan Publik/Pusat Kajian Kebijakan Pembangunan (PK2P) Provinsi Gorontalo Edisi XXVI/April-Juli/20 ISSN 0216-454X
2021	Development of Community Based Touris Bolihutuo Beach Botumoito District Boalemo Regency, INDONESIA	International Journal of Innovative Science and Research Technology ISSN No: 2456-2165 Volume 6, Issue 10, October – 2021

D. Kegiatan Profesional dan Pengabdian Kepada Masyarakat Selama 5 (lima) Tahun Terakhir

Tahun	Kegiatan	Tempat
2015	Ipteks bagi Masyarakat (Pemberdayaan Perajin Minyak VCO di Kecamatan Bilungala Kabupaten Bone Bolango)	Desa Tolotio Kecamatan Bilungala Kabupaten Bone Bolango
2016	KKS Pengabdian	Desa Gentuma Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara
2016	KKN Revolusi Mental	Kecamatan Paguat Kabupaten Pohuwato
2017	Pengabdian Pada Masyarakat (Sosialisasi tentang pentingnya perlindungan ekonomi keluarga melalui program asuransi Tapro dari Allianz)	Desa Bulotalangi Kec. Bulango Timur
2017	Seminar dan Diklat Pengembangan Penjaminan Mutu Pendidikan dan Pembelajaran	LPPMP Universitas Negeri Yogyakarta
2018	Workshop SPMI Pendidikan Tinggi	LPMP2 Universitas Mataram
2018	Sebagai Presenter pada Section Chair in 2018 International Conference of project Management (ICPM)	Universitas Negeri Gorontalo
2018	Sebagai Peserta Seminar International Conference of project Management (ICPM)	Universitas Negeri Gorontalo
2019	Sebagai Pemateri pada Kegiatan Seminar Pasar Modal	Fakultas Ekonomi UNG
2019	Sebagai Pemateri pada Pelatihan Kewirausahaan di Kecamatan Hulonthalangi	Kantor Kelurahan Tanjung Keramat Kota Gorontalo
2020	Sebagai Pemateri pada Pelatihan Kepemimpinan Ormawa	Fakultas Ekonomi UNG

2020	Sebagai Pemateri pada Pelatihan Manajemen Keuangan	Fakultas Ekonomi UNG
2020	Sebagai Pemateri pada Pelatihan Tata Kelola Administrasi	Fakultas Ekonomi UNG
2020	Sebagai Pemateri pada For Succesfulpresenting a research paper entitled	Fakultas Ekonomi UNG
2020	Sebagai Pemateri pada kegiatan Kesejahteraan Masyarakat Kelurahan Tanjung Keramat Kota Gorontalo	Fakultas Ekonomi UNG
2020	Sebagai Pemateri pada Pelatihan Kewirausahaan di Kecamatan Hulonthalangi	Kantor Kelurahan Tanjung Keramat Kota Gorontalo
2021	Sebagai Pemateri pada Seminar Kewirausahaan	Universitas Trinita Manado
2021	Sebagai Pemateri pada Seminar dan Workshop “Kebangkitan Ekonomi Kreatif dan UMKM dalam situasi Pandemi	Gojek, Sahabat UMKM, dan UKM Indonesia
2021	Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif Melalui Pendekatan Sistem Pelatihan dan Pendampingan Petani Lebah Madu	Mopolayio : Jurnal Pengabdian Ekonomi Volume 01, Nomor 01, Bulan November 2021 E-ISSN: 2808-8883 Homepage: https://mopolayio.fe.ung.ac.id/index.php/mopolayio
2022	Sebagai Pemateri dalam Kegiatan Sosialisasi penerimaan mahasiswa baru di Kabupaten Boalemo, Pohuwato dan Moutong	Fakultas Ekonomi UNG
2022	Sebagai Pemateri dalam Pelatihan E-BUPOT Instansi Pemerintah	Laboratorium Perpajakan Fakultas Ekonomi UNG
2020	Sebagai Pemateri pada For Succesful presenting a research paper entitled	Fakultas Ekonomi UNG
2020	Sebagai Pemateri pada kegiatan Kesejahteraan Masyarakat Kelurahan Tanjung Keramat Kota Gorontalo	Fakultas Ekonomi UNG
2020	Sebagai Pemateri pada Pelatihan Kewirausahaan di Kecamatan Hulonthalangi	Kantor Kelurahan Tanjung Keramat Kota Gorontalo

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata di jumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima resikoanya.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan penelitian dasar PNBPU BLU Tahun 2022.

Gorontalo, April 2022

TTD

Endi Rahman, SE.,MM

NIP: 19800613 200912 1 004

2. Anggota peneliti

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Rezkiawan Tantawi, SE., MM
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3	Program Studi	Manajemen
4	NIDK	8982530021
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Gorontalo, 21 Desember 1991
6	Alamat E-mail	Rezkiawan@ung.ac.id
7	Nomor Telepon/HP	082348598585

B. Riwayat Pendidikan

No	Jenjang	Bidang Ilmu	Institusi	Tahun Lulus
1	Sarjana (S1)	Manajemen	Universitas Negeri Gorontalo	2013
2	Magister (S2)	Manajemen	Universitas Brawijaya	2016
3	Doktor (S3)	-	-	-

C. Rekam Jejak Tri Dharma PT

Pendidikan/Pengajaran

No	Nama Mata Kuliah	Wajib/Pilihan	sks
1	Praktikum MSDM	Wajib	3
2	Manajemen Bisnis Kawasan	Wajib	3
3	Teori Organisasi	Wajib	2
5	Filsafat Manajemen	Wajib	3

Penelitian

No	Judul Penelitian	Penyandang Dana	Tahun
1	Human Capital Quality Development Strategy In Efforts To Improve Economic Growth In Boalemo District, Gorontalo Province	Mandiri	2021
2	Indeks Kepuasan Wisatawan Teluk Tomini: Survey Kelayakan Menggunakan <i>Hofstede's Organizational Culture Dimensions</i>	BLU FE	2022

Pengabdian kepada Masyarakat

No	Judul Pengabdian kepada Masyarakat	Penyandang Dana	Tahun
1	-	-	-

Gorontalo, April 2022

TTD

Rezkiawan Tantawi, SE., MM

3. Anggota Peneliti

CURRICULUM VITAE

Nama : Tasya Kidam
Tempat, TglLahir : Manado, 01 November 2001
JenisKelamin : Paerempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Belum Menikah
AlamatSekarang : Desa Pentadio timur Kec. Telaga biru Kab. Gorontalo
Telephone : 082296436862
Email : tasyakidam16@gmail.com

PENDIDIKAN

- ❖ 2006 - 2007 : TK Handayani
- ❖ 2008 – 2013 : SDN Timuato
- ❖ 2014 – 2016 : SMP Negeri Widyakrama
- ❖ 2016 – 2019 : SMK Negeri 1 Limboto
- ❖ 2019 - Sekarang : Universitas Negeri Gorontalo

PENGALAMAN KERJA

- ❖ Menjadi anggota Himpunan mahasiswa program studi (Hmps) 2019 – 2020 FE UNG
- ❖ Menjadi anggota Himpunan mahasiswa jurusan (Hmj) 2020 – 2021 FE UNG
- ❖ Kegiatan Magang : Bagian Unit kesekretariatan dan perencanaan Pengadilan Tinggi Gorontalo.

KEMAMPUAN

- ❖ Manajemen strategi
- ❖ Dapat menggunakan aplikasi Microsoft office
- ❖ Dalam bidang olahraga (volley ball)

4. Anggota peneliti

CURRICULUM VITAE

Nama : Sahril
Tempat, Tgl.Lahir : Tobil, 01 Maret 2001
JenisKelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Belum Menikah
AlamatSekarang : Jl. Membramo, Kel. Bulotadaa Timur Kec. Sipatana Gorontalo
Telephone : 085345355926
Email : lsahril892@gmail.com

PENDIDIKAN

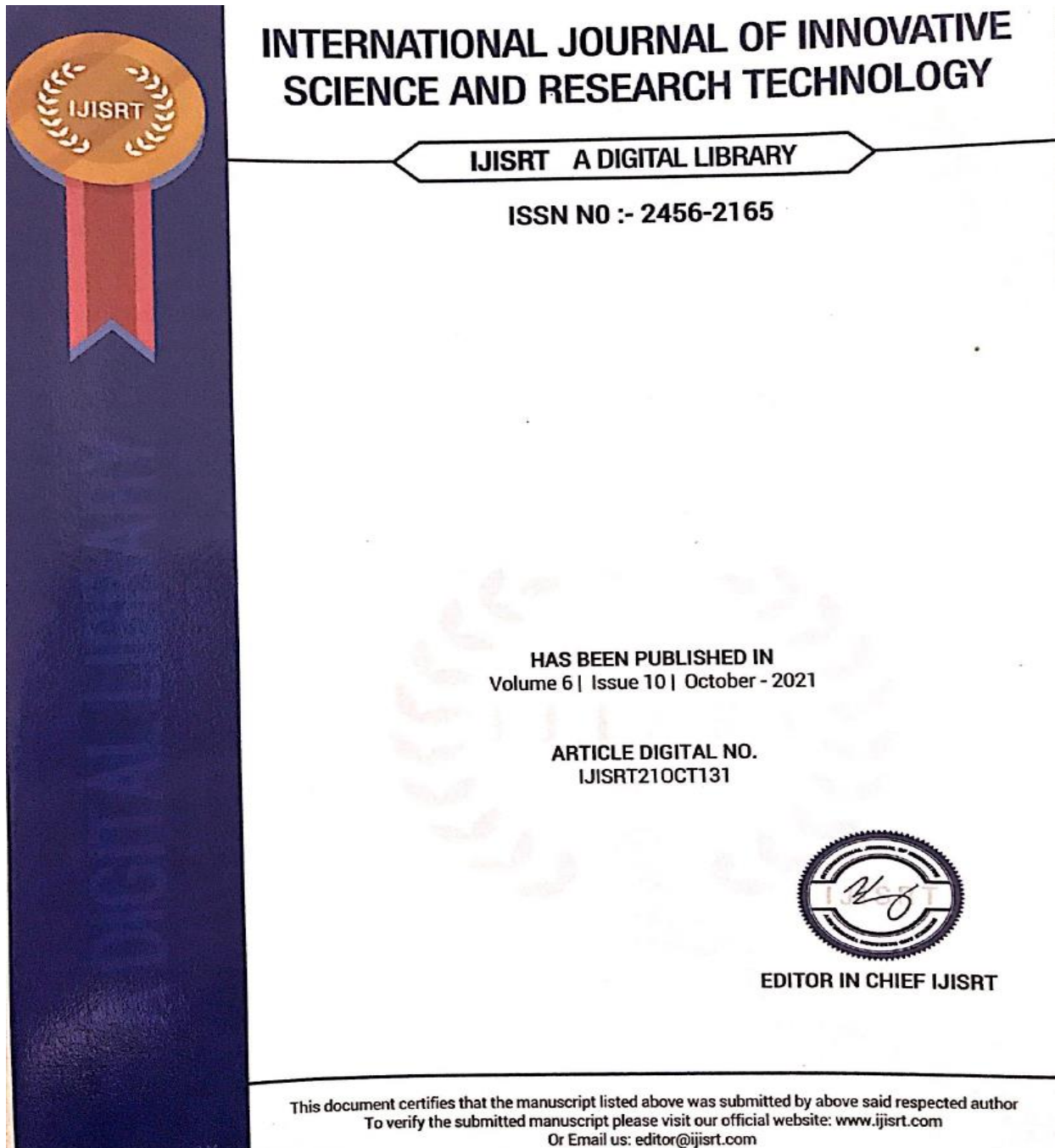
❖ 2006 – 2010 : SDN 1 Tobil
❖ 2010 - 2013 : SDN 98 Sipatana
❖ 2013 – 2016 : SMP Negeri 8 Gorontalo
❖ 2016 – 2019 : SMk Negeri 1 Gorontalo
❖ 2019 – Sekarang : Universitas Negeri Gorontalo

PENGALAMAN KERJA

❖ Prakerin : PT Awet Sarana Sukses 2018
❖ Magang : Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka
Pejuang Muda 2021

KEMAMPUAN

- ❖ Dapat berbahasa Indonesia aktif
- ❖ Dapat menggunakan Aplikasi Informasi dan Teknologi (Microsoft Office)
- ❖ Administration dan filing
- ❖ Korespondensi
- ❖ Dalam bidang olahraga (Sepak Bola)



Development of *Community Based Touris* Bolihutuo Beach Botumoito District Boalemo Regency, INDONESIA

Endi Rahman
Lecturer Faculty of Economics
Department of Management
Gorontalo State University

Meiske Ahmad
College of the Faculty of Economics
Department of Accounting Gorontalo
State University

Juldin Gobel
College of the Faculty of Economics
Department of Accounting Gorontalo
State University

Abstract:- The development of Community Based Tourism (Community Based Tourism) needs to be applied to be a reference for the government and the community so that Tourism Activities for the management of bolihutuo beach attractions are able to improve the standard of living of local people, especially Street Vendors. In addition, the authority of regulatory issues on the division of responsibility between the Boalemo District Tourism Office and the Bolihutuo Village Government is able to cooperate in improving the existing community on Bolihutuo Beach. This research aims to find out How Community Based Tourism Development and supporting factors and development of Bolihutuo Beach Botumoito District Boalemo District. This research was carried out using qualitative methods with a phenomenological approach. The stage is initiated by Observation, which is to conduct observations and direct recording that systematically research on Community Based Tourism Development (Community Based Tourism) Bolihutuo Beach Botumoito District Boalemo Regency. 2. Interviews used free interviews are structured, meaning that researchers hold in-person interviews with elements of local governments, sub-districts, tourism managers, and the public, and free interviews mean researchers are free to ask questions that have been prepared in advance. 3. Literature studies, namely data collection by reading literature or research results relevant to Community Based Tourism Development (Community Based Tourism) Bolihutuo Beach Botumoito District Boalemo.

Keywords:- Community Based Tourism, Tourism, Street Vendors.

I. INTRODUCTION

Background

Indonesia as an archipelago, has the potential to develop a very large tourism industry, because the tourism industry in Indonesia in particular and the general world has also grown rapidly. The development of the tourism industry can not only have an impact on the country's foreign exchange income, but also has been able to expand opportunities to try and create a new job for people who do not have jobs and overcome unemployment in the area (Rahma, 2013). Tourism activities occur when there are tourist destinations and tourists, which form a system. The main tourism system consists of the

demand side and the supply side. Community empowerment has now become an important agenda of the government, especially as a continuation of the failure of the concept of past development. Not only the government, but the business world also has community empowerment programs as a form of their social responsibility to the community, (Corporate Social Responsibility / CSR). But this is often contrary to reality on the ground. Empowerment programs are less targeted, because they are often done in charity, plus empowerment programs even drain and deceive the people. So that the practice of corruption is rampant, the rich are getting more powerful, the poor are getting powerless. One strategy to empower the community through the tourism industry is to utilize street vendors (street vendors). Street Vendors (STREET VENDORS) is a potential business opportunity that is quite promising proven to be able to move the economy in the middle of the conditions difficulty finding jobs and job cuts (layoffs). The development and management of marine attractions in the gorontalo province, one of which was developed is the Bolihutuo Beach tourist attraction located in Boalemo Regency about 120 km from Gorontalo City, overlooking Tomini Bay. Also known as Boalemo Indah Beach, this beach is famous among local and foreign tourists for its natural beauty. This beach offers interesting and enchanting scenery with views of white sandy beaches, lined with pine trees and giant palms. It is one of the main tourist attractions in Boalemo Regency.

Research Problem Formula

1. How to Develop Community Based Tourism (Community Based Tourism) Bolihutuo Beach Botumoito Subdistrict Botumoito, Botumoito Subdistrict Boalemo Regency.
2. What are the supporting factors and inhibiting the Development of Community Based Tourism (Community Based Tourism) Bolihutuo Beach Botumoito Subdistrict, Botumoito District Boalemo Regency

Special Purpose of Research

3. To find out How Community Based Tourism Development (Community Based Tourism) Bolihutuo Beach Botumoito District Boalemo.
4. To find out what are the supporting factors and inhibiting the Development of Community Based Tourism (Community Based Tourism) Bolihutuo Beach, Botumoito District Boalemo Regency.

The management of tourism resources in tourism destinations by involving the local community has a number of reasons. According to Korten in (Satria 2009) the underlying reasons are:

- Variation between regions (local variety), i.e. each region cannot be given the same treatment because each region has its own characteristics distinguishing other regions, so that the management system will be different, in addition to the local community and best aware of the situation of the area;
- The existence of local resources (local resources) that are traditionally controlled by the local community, let go who better know how to manage local resources that are sourced from generation-to-generation experience;
- Local accountability, this management carried out by local communities is more responsible because these activities will directly affect their lives Community Based Tourism is the concept of developing a destination

Street vendor concept or abbreviated street vendor is a term to refer to merchandise vendors who conduct commercial activities over road-owned areas (DMJ / sidewalks) that (should) be intended for pedestrians (pedestrians). There are opinions that use the term street vendors for traders who use carts. Those five legs are two merchant legs plus three feet (which is actually three wheels, or two wheels and one wooden foot). Linking the number of legs and wheels to the term five feet is a far-fetched opinion and incompatible with history. Traders who 'mangkal' statically on the sidewalk is a fairly new phenomenon (around the 1980s), previously street vendors dominated by pikulan traders (cendol sellers, telur crust traders) and titles (such as street drug dealers). (Graceful, 2015).

The understanding of street vendors can be explained through the general characteristics presented by Kartono et al. Dalam (Purwadi, 2007);

- Is a trader who sometimes also means producers.
- Some are settling in a certain location, some are moving from one place to another (using pikulan, stroller, place or booth that is not permanent and unloading).
- Peddling foodstuffs, beverages, other consumable goods that are durable in retail.
- Umunya small capital, sometimes only a tool for the owner of capital by getting just a commission in return for his efforts
- The quality of the goods traded is relatively low and usually not lersetandart.
- The volume of money is not much, the buyers are low-power buyers.
- Small skla business can be a family enterprise, where mothers and children help in the business, either directly or indirectly.
- Bargaining with sellers and buyers is a characteristic of street vendors.
- In carrying out his work there are those in full, some carry out after work or at leisure, and some carry out seasonally.

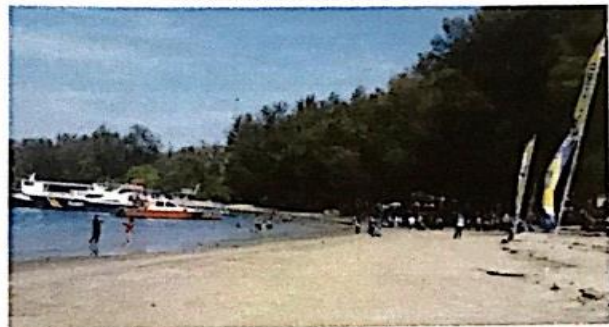
IV. RESEARCH METHODS

Types of qualitative research through phenomenological approaches

V. RESULTS AND DISCUSSION

Bolihutuo Beach is one of the mainstay attractions of Boalemo Regency, bolihutuo said taken from the name of the village itself, bolihutuo village. At first the tourist attraction area of 1,800 meters², but for access that is now developed by the Boalemo Regency Regional Government which is 1,200 meters². In 2000 it was proposed by the local government, the Regent of Boalemo Mr. Iwan Bokings. In 2001 the month of October was officially inaugurated as a tourist attraction in gorontalo province.

Picture 1. Bolihutuo Beach



At the time of the trip, visitors will pass through the green scenery of Boalemo Regency accompanied by cool air and hilly valleys. Palm trees are scattered among green hilly terrain and line the beach, giving these 38 areas a calm and relaxed atmosphere. This is a great place to come if looking for relaxation and a break from the hectic routine of everyday city life.

- Bolihutuo Beach Is the ideal beach for a family weekend getaway. Smooth white sand is perfect for playing sandcastles and other sand games. Along the coast are water sports facilities and equipment for rent such as jet skis, motor boats, and diving and snorkeling equipment.
- Food Around Bolihutuo beach there are several restaurants to try. One of them is Rumah Makan which provides a typical local food menu, such as gulai goat meat (local curry), curry, satay and other dishes. There are also three separate restaurants along the coast that specialize in local seafood.
- Inn Not far from Bolihutuo Beach, about 3 km before the city of Boalemo, there are several lodging places to choose from. There is a simple, clean and adequate Pratama Hotel. Another option is a small cottage located along the bolihutuo beach, which is owned by the Boalemo Regency government and can be rented by the public.

1. Community Based Tourism Development in Bolihutuo Beach, Botumolto Subdistrict.

Empowerment basically puts the community as the center of attention and at the same time the main actor of development. The empowerment paradigm is a people-centered development and is a development process that encourages community initiatives rooted from below. The author will discuss related to community-based tourism development by looking at the elements of including community members in decision making, ensuring that people receive benefits from tourism activities, ensuring environmental stability and maintaining unique local character and culture.

2. Include members of the public in decision making

Citizen involvement in tourism development is very important to ensure that the results obtained are in line with the needs and benefits of local residents. Community participation not only strengthens the capacity of local communities, but increases the empowerment of citizens in joint development. The development of Bolihutuo beach is inseparable from the participation of the community.

Who participate in the development of tourism, starting from the design stage to implementing a program that will be implemented. Boalemo district government is very serious in involving the community around Bolihutuo beach as an effort so that tourism development can improve.

The economy of the community and assist the people of Society in utilizing human resources.

"Tourism is basically to improve the economy of an area, so that at the stage of making an important decision there is community involvement and support. In the implementation of bolihutuo beach tourism development, the manager and we always involve the community, of course, because the people who are very familiar with the customs and culture of a place, we and the manager certainly need consideration from the community so that in the process of development does not violate the customs."

(Interview with VK on May 27, 2021) this is in line with what was conveyed by the Village government officials in addressing the importance of community participation.

"That it is important that there is a community participation in addition to the academic community is also important to develop the destinations on Bolihutuo beach assuming it is time to improve do not continue to be a spectator at times alone" (Interview with AR on May 30, 2021)

3. Include members of the public in decision making.

Citizen involvement in tourism development is essential to ensure that the results obtained are in harmony with the needs and benefits of local residents. Community participation not only strengthens the capacity of local communities, but increases the empowerment of citizens in joint development.

The development of Bolihutuo beach is inseparable from the participation of the people who participate in the development of tourism, ranging from the design stage to the implementation of a program that will be implemented. Boalemo district government is very serious in involving the community around Bolihutuo beach as an effort so that tourism development can improve 42 community economies and help masayarat residents in utilizing human resources.

Tourism is basically to improve the economy of an area, so that at the stage of making an important decision there is community involvement and support. In the implementation of bolihutuo beach tourism development, the manager and we always involve the community, of course, because the people who are very familiar with the customs and culture of a place, we and the manager certainly need consideration from the community so that in the process of development does not violate the customs."

(Interview with VK on May 27, 2021) this is in line with what was conveyed by the Village government officials in responding to the participation of the community. "That it is important that there is a community participation in addition to the academic community is also important to develop the destinations on Bolihutuo beach assuming it is time to improve do not continue to be a spectator at times alone" (Interview with AR on May 30, 2021)

4. The Certainty of Local Communities Receiving Benefit from Activities

Election tourism on policy instruments will be decisive if based on a complete study of the goals to be achieved in the most efficient way possible, not based on partial and incomplete studies. Thing

The most important thing is to be based on morals and good political will. The issues that are developing today regarding tourism planning only emphasize the technical aspects when in fact it is a political issue that concerns the regulation of all components of tourism in order to suppress the interests of the community. The Botumolto district government ensures bolihutuo beach tourism activities provide benefits for the community. This belief is based on aspects of many tourist activities involving the community and all profits are managed by the community itself without sharing the profits with the government.

"If to ensure that the benefits of Bolihutuo beach tourism activities can be felt by the community I refer to the income of the community as a result of tourist activities, where the entire income is managed and implemented by the community without retribution to the government. This is a proof that bolihutuo beach tourism beach tourism can be used by the community as a spiritual tourist location because the natural conditions are very 49 activities provide benefits for the community. In addition, Bolihutuo comfortable there for worship, for me it is one of the benefits that can be felt by the community." (Interview with AR on May 30, 2021)

5. Ensure Environmental Sustainability.

The tourism industry is generally based on the availability of natural resources such as air, land and water. These natural resources are used as objects as well as products for the tourism industry. Natural ecosystems will be damaged if their planning, development and operation are not properly regulated. On the other hand, if developed sustainably, tourism can be a positive force for environmental conservation. The importance for tourism managers to involve the community in the development of the tourism industry is because people are very familiar with the geographical conditions of nature where people live. One of the attractions owned by Bolihutuo beach is the natural beauty that is still very natural so visitors always prioritize Bolihutuo beach as a place to do tourist activities. The beauty of nature is certainly the responsibility for the government and managers to always keep it from being damaged as a result of tourism development.

"The attraction of Bolihutuo beach is because of the natural conditions that are still very natural, it's one of the advantages of Bolihutuo beach. The government always emphasizes to the management to pay attention to environmental stability in tourism development, what's more we see a lot of development there. Of course there must be a good planning mechanism so that the nature reserve there is not damaged. In addition, the most important thing is the appeal for visitors to always maintain cleanliness, we often find seawater polluted by plastic wastes of former visitors. There must be awareness from visitors so that we maintain each other's stability of the environment." (Interview with AR on May 30, 2021)

6. Maintain unique local character and culture.

Culture-based tourism in the form of natural beauty treats and the uniqueness of local community tradition art as the main attraction of tourists. However, the tourist visit is feared to have an impact on the cultural aspects of the local community, namely the emergence of a shift in cultural idealism that upholds cultural values as a way of life into market idealism 57 based on profit motives. The existence of Bolihutuo beach tourist sites has a negative impact on the main community on the character and culture of the community so it needs a deep process so that the condition occurs to the community around Bolihutuo beach tourism. "Bolihutuo has progressed even as well as Boalmco Regency, especially when nickel mines enter there so that the existence of local character is certainly continuous, but there are still some who maintain the most tangible culture such as the friendly attitude of the indigenous people there, the character of the community that is friendly and open to the outside world as evidence of community acceptance of new people who come in Bolihutuo. One form to maintain the characteristics of the community there is to form a community community, such as Sadar Wisata, indigenous institutions and other community groups and it is known that there are also many customary heads in these tourist attractions. The government seeks to facilitate the form of community needs so that it is not eroded by culture from outside." (Interview with AR on May 30, 2021) The results of the interview with AR is one form of effort made by the local

government in maintaining the characteristics and culture of the Bolihutuo community to be maintained by supporting the establishment of indigenous institutions and also facilitating all forms of needs of these institutions so as not to be eroded by cultures coming from outside.

7. Supporting Factors and Inhibiting Community Based Tourism Development of Bolihutuo Beach, Botumoito Subdistrict, Boalemo Regency

The process of tourism governance clearly has several supporting mechanisms so that in its management in accordance with the wishes that have been designed, bolihutuo beach tourism governance has several factors that benefit the manager in the framework of tourism development, some of which are: Natural conditions are still maintained.

VI. CONCLUSION

Based on the results of the author's discussion related to community-based tourism development research bolihutuo beach, Botumoito subdistrict, namely involving community members in providing input in terms of improving bolihutuo beach tourism goes well where the Tourism Office and the village government in this case always involve the community in decision making. There is Certainty of Local Communities Receiving Benefits from Tourism Activities. h management of bolihutuo beach attractions provides benefits directly or indirectly to the community. Guaranteeing Environmental Sustainability, Maintaining Bolihutuo's Unique Local Character and Culture.

It is expected that the local government and bolihutuo beach tourism managers to always open space to the community so that they can be empowered so that the community can live independently, to the Tourism Office to build coordination with the village government in the framework of the management of Bolihutuo beach attractions, to the tourists so that if they build awareness to always maintain the cleanliness of bolihutuo beach attraction locations so that the existence of tourist sites can also be enjoyed by gener Milk coming up. To the Tourism Office or tourism manager to reactivate the Gallery that provides goods in the form of souvenirs typical of the Boalemo Regency area.

REFERENCES

- [1]. Adisasmita, Raharjo (2011). Revenue and Budget Management Area. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [2]. Alfitri. 2011. *Community Development* (Theory and Application). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [3]. Alma, Buchari. (2011). *Marketing and Service Marketing Management, Molding*. Alfabeth, Bandung.
- [4]. Ambar Teguh Sulistyani, 2004, Partnerships and Models of Empowerment. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- [5]. Anggun, Dhika. 2012. *"Understanding and Implementation of The Observance of Street Vendor Law (Case Study on Street Vendors in street R. Suprpto Purwodadi Grobogan Regency)"*. Thesis S-1. Surakarta: Faculty of Teacher Training and Education,

- University of Muhammadiyah Surakarta.
- [6]. Aricta, S. 2010. Community Based Tourism on Coastal Communities; Impact on the environment and economic empowerment. *Journal of Maritime Dynamics*.2(1).
 - [7]. Carter, J. A. 1996. *Introductory Course on Integrated Coastal Zone Management (Training Manual)*. Natural Resources and Environmental Research Center, University of North Sumatra, Medan.
 - [8]. Mardikanto, 2010. *Concept of Community Empowerment*, Publisher TS, Surakarta.
 - [9]. Dwijdowijoto, N Riant and Wrihatnolo R Randy. 2007. *Empowerment Management*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
 - [10]. Fujisari, Dina. 2010. *Implementation of Medan City Government Policy in Managing Street Vendors (Case Study on Street Vendors In Front of Santa Elisabeth Medan Hospital)* (Thesis). Department of State Administration, Faculty of Social and Political Sciences, University of North Sumatra Medan.
 - [11]. Kuswarno, Engkus. 2009. *Phenomenological Communication Research Methods, 71 Conceptions, Guidelines and Examples of His Research*, Widya Padjajaran: UII Central Library.
 - [12]. Sugiyono. 2012. *Qualitative quantitative research methods and R&T*, Bandung: Alfabeta

