

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Elaborasi digitalisasi bagi konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi salah satu contoh kebijakan secara kondusif untuk mendukung Indonesia maju. Kondisi ini tentu tidak terlepas dari adanya peran ekonomi kreatif di Negara Indonesia. Menurut (Mardiani et al., 2023) dalam (Khotijah dan Irawati 2023), adanya pertumbuhan tingkat produksi dalam era ekonomi, menjadikan sumber daya manusia memanfaatkan peluang ide kreativitas dan pengetahuan informasi terkini pelaku usaha untuk menghasilkan sebuah gagasan ekonomi kreatif. Tentunya dengan adanya gagasan ekonomi kreatif dipengaruhi oleh sumber daya yang dilakukan melalui inovasi oleh pelaku usaha (Boga dan Topcu 2020) dalam (Hasan, Fitri Hayati, et al.. 2021).

Menurut (Pratama dan Maulida 2022), mengemukakan bahwa perkembangan berbagai sektor industri dapat menjadi suatu langkah dalam mengembangkan ekonomi kreatif yang nantinya akan menjadi sebuah pendapatan dalam perekonomian negara dan akan menjadi kekayaan intelektual yang mempunyai nilai tambah. Sejak masa berakhirnya pandemi Covid-19 dan memulai kebiasaan adaptasi baru, ekonomi kreatif berperan besar menjadi salah satu faktor peningkatan ekonomi negara yang pada saat itu mengalami penurunan pendapatan. Sejalan dengan penelitian (Irawati dan Kuswinarno 2023) yang menjelaskan bahwa, pengembangan ekonomi kreatif yang meningkat pesat setelah covid-19 dapat menjadi sebuah kekuatan baru bagi

perekonomian Indonesia. Tentunya pengembangan ekonomi kreatif tersebut dapat menjadi sebuah strategi perekonomian yang berkelanjutan. Pengembangan ekonomi kreatif yang dimaksud tersebut dapat dilihat melalui UMKM yang terus berkembang ditengah ancaman dan kelemahan, dimana kemudian dimanfaatkan sebagai peluang bisnis bagi pelaku UMKM.

Menurut penelitian (Rahmawati dan Irawati 2024), mengemukakan makna UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sebagai salah satu bisnis usaha yang dikelola secara individu ataupun sekelompok usaha yang menghasilkan atau memproduksi makanan dan minuman (produk) serta jasa untuk memperoleh manfaat finansial. Penelitian sebelumnya menurut (Halim 2022) dalam (Khotijah dan Irawati 2023), mengemukakan pengertian dari UMKM sendiri diartikan sebagai berkumpulnya usaha individu atau kelompok usaha yang memiliki ide inovatif dan kreatif yang berguna dalam menghasilkan produk dan digunakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Penelitian lain menurut (Wilantara dan Susilawati 2016) dalam (Sari et al. 2023) mengemukakan “UMKM dikatakan sebagai alat untuk dapat menumbuhkan atau membangun perekonomian dalam skala nasional, yang dilihat dari potensi yang dimilikinya dan melibatkan sebagian besar pelaku ekonomi”.

Menurut website Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (“Sub Sektor Ekonomi Kreatif” n.d.) mengemukakan bahwa terdapat tujuh belas Sub Sektor ekonomi kreatif, diantaranya yaitu: 1. Pengembangan Permainan, 2. Kriya, 3. Desain Interior, 4. Musik, 5. Seni Rupa, 6. Desain Produk, 7. Fashion, 8. Kuliner, 9. Film, Animasi dan Video, 10. Fotografi, 11. Desain Komunikasi Visual, 12.

Televisi dan Radio, 13. Arsitektur, 14. Periklanan, 15. Seni Pertunjukan, 16. Penerbitan, 17. Aplikasi. Dilihat dari ketujuh belas sub sektor ekonomi kreatif, untuk sub sektor kuliner merupakan sub sektor yang paling banyak berkembang dan diminati oleh banyak pelaku UMKM. Hal tersebut sejalan dengan informasi menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang mengemukakan bahwa dari seluruh total pendapatan yang dihasilkan oleh sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, sub sektor kuliner merupakan sub sektor ekonomi kreatif yang memberikan pendapatan cukup besar yaitu 30%.

Kekayaan budaya yang terdapat di Indonesia tercermin dalam keanekaragaman kuliner yang dapat memberikan peluang bagi UMKM untuk berkembang secara pesat, baik dalam pasar lokal maupun internasional. Perkembangan sektor kuliner di Indonesia dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dengan melakukan inovasi dan perkembangan teknologi di era digital. Pemanfaatan strategi inovatif dalam pengembangan UMKM tidak hanya bertumpu pada sudut pandang ekonomi, tetapi juga pada sudut pandang keberlanjutan seperti pemanfaatan bahan baku lokal, serta pelestarian kuliner tradisional. Selain pemanfaatan dalam pengembangan UMKM, inovasi juga diperlukan untuk menghadapi persaingan bisnis dalam era digital (Anjaningrum, Azizah, dan Suryadi 2024). Di era digital, para pelaku UMKM semakin diwajibkan untuk memahami, mengikuti, dan menerapkan teknologi terbaru. Tentunya implementasi teknologi dalam era digital ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperluas produk serta jangkauan pasar bisnis mereka.

Provinsi Jawa Timur menjadi salah satu contoh Provinsi di Indonesia yang telah mengembangkan ekonomi kreatif pada sub sektor kuliner. Salah satu contoh wilayah di Provinsi Jawa Timur yaitu, Pulau Madura lebih tepatnya di Kabupaten Sampang. Menurut (Badrussoleh dan Irawati 2023) mengemukakan bahwa salah satu keunggulan Kabupaten Sampang yaitu banyak pengusaha baru dari Usaha Kecil dan Menengah yang dapat memenuhi segala kebutuhan serta kepuasan yang diinginkan pelanggan melalui produk yang dihasilkan. Menurut Dinas Ekonomi Kreatif dalam Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata (Disporabudpar) Kabupaten Sampang, sepanjang tahun 2024 total pelaku usaha ekonomi kreatif untuk semua sub sektor berjumlah sebanyak 1.957 ribu dengan total tenaga kerja sebanyak 9.389 ribu. Sub sektor kuliner di Kabupaten Sampang, pelaku usaha dan tenaga kerja didalamnya menempati posisi kedua paling banyak setelah sub sektor kriya dengan total pelaku usaha 459 dan 2.772 ribu tenaga kerja untuk sub sektor kuliner serta 869 pelaku usaha dan 2.726 ribu tenaga kerja untuk sub sektor kriya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aini, Santoso, dan Khirdany 2023) pada UMKM di wilayah Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Sampang yang mengemukakan bahwa hubungan antar bisnis dan inovasi produk memiliki peran yang positif terhadap perkembangan UMKM. Oleh karena itu, Para pelaku UMKM kuliner diharapkan dapat melakukan inovasi bisnis agar bisnis mereka dapat terus berkembang. Selain itu, peran inovasi dalam pengembangan UMKM kuliner sangat penting untuk meningkatkan daya saing mereka.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Khotijah dan Irawati 2023) dengan subjek yang sama pada UMKM kuliner di Kota Sampang, mengemukakan bahwa sebagian pelaku UMKM merasa tidak ingin untuk melakukan inovasi dan menggunakan teknologi seperti mesin atau alat pada produk yang mereka hasilkan. Hal tersebut didasari oleh faktor ciri khas cita rasa yang sudah melekat dalam produk yang dihasilkan.

Kedua penelitian terdahulu tersebut memiliki kesamaan, yaitu berfokus pada tujuan untuk memahami langkah-langkah pengembangan inovasi pada ekonomi kreatif sub sektor kuliner yang dilakukan oleh pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Sampang. Perbedaannya yaitu terdapat pada lokasi penelitian serta hasil penelitian yang dilakukan masih terdapat ketidaksamaan, serta dalam kedua penelitian tersebut terdapat kesenjangan atau *gap* terkait aspek inovasi dan teknologi dalam era digital. Maka dari itu, diperlukan penelitian mendalam untuk menganalisis strategi inovatif yang digunakan serta dampak dari era digitalisasi terhadap pengembangan ekonomi kreatif sub sektor kuliner. Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis memilih judul “Strategi Inovatif dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kuliner pada Era Digital di Kabupaten Sampang”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Strategi inovatif apa yang akan digunakan dalam pengembangan UMKM kuliner di Kabupaten Sampang?

2. Bagaimana peran sumber daya manusia dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui UMKM kuliner di Kabupaten Sampang?
3. Bagaimana peran sumber daya manusia dalam keberhasilan pengembangan UMKM kuliner di Kabupaten Sampang?
4. Bagaimana pengembangan kompetensi sumber daya manusia dalam transformasi teknologi digital bagi pengembangan UMKM kuliner di Kabupaten Sampang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan riset yang ingin dicapai diantaranya:

1. Mengetahui strategi inovatif yang telah digunakan oleh UMKM kuliner di Kabupaten Sampang dalam menghadapi persaingan.
2. Mengidentifikasi peran sumber daya manusia dalam pengembangan ekonomi kreatif terhadap melalui UMKM kuliner di Kabupaten Sampang
3. Mengidentifikasi peran sumber daya manusia dalam keberhasilan pengembangan UMKM kuliner di Kabupaten Sampang.
4. Mengidentifikasi pengembangan kompetensi sumber daya manusia dalam transformasi teknologi digital bagi pengembangan UMKM kuliner di Kabupaten Sampang.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis

Riset ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman serta pengetahuan literatur dalam manajemen strategi, inovasi bisnis, dan pengembangan ekonomi kreatif khususnya berbasis UMKM di sektor kuliner.

1.4.2. Manfaat praktis

Riset ini diharapkan mampu memberikan saran bagi pelaku UMKM kuliner Kabupaten Sampang untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi digital. Serta dengan berkembangnya UMKM kuliner, diharapkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan serta mendorong perekonomian daerah.