

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Konsep ekonomi kreatif awalnya berkembang di negara Amerika Serikat dan Inggris. Perkembangan ekonomi kreatif pada kedua negara tersebut berdampak bagi negara lain terlebih negara yang berada di kawasan Asia. Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep perekonomian di era ekonomi baru yang memaksimalkan informasi dan kreativitas seperti dengan mengedepankan ide dan pengetahuan yang berasal dari sumber daya manusia itu sendiri, sebagai faktor produksi yang paling utama dalam kegiatan ekonominya. Menurut Alexandro et al., (2020) dalam lima tahun kedepan pengembangan ekonomi kreatif difokuskan untuk pemantapan pengembangan ekonomi kreatif yakni dengan mengoptimalkan dan menekankan pencapaian daya saing kompetitif yang didasarkan dengan keunggulan sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan memiliki kemampuan ilmu serta teknologi yang harus meningkat.

Menurut (Prasetyorini, 2023) Kreativitas telah menjadi pendorong utama ekonomi kreatif ekonomi industri lama yang didukung oleh bahan baku dan kerja fisik telah digantikan oleh ekonomi kreatif baru yang didukung oleh pengetahuan inovasi dan kreativitas manusia menurut (Prasetyorini, 2023). Dalam hal ini ekonomi kreatif sangatlah bergantung pada modal manusia (*human capital*) sebab ekonomi kreatif menumbuhkan sumber daya manusia yang kreatif mampu melahirkan berbagai macam ide serta dapat menterjemahkannya ke dalam bentuk barang dan jasa yang bernilai ekonomis. Proses produksinya mungkin saja dapat mengikuti kaidah ekonomi industri, akan tetapi proses atau tahapan awal idenya adalah kreativitas. Produk-produk ekonomi kreatif selama ini dikembangkan oleh

UMKM yang mana oleh pemerintah diupayakan sebagai bentuk pewarisan jati diri bangsa.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan suatu bidang usaha yang bisa berkembang dan konsisten di dalam perekonomian nasional. UMKM di tengah-tengah masyarakat memiliki pengaruh yang sangat besar, terlebih pada masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan dapat diberdayakan. Karena UMKM itu sendiri merupakan usaha yang tidak membutuhkan syarat-syarat seperti keahlian, tingkat pendidikan, modal usaha yang relatif kecil dan penggunaan teknologi yang cenderung sederhana.

Pertumbuhan perekonomian nasional di Indonesia telah berkembang melalui ekonomi kreatif yang mana salah satunya melalui bidang kuliner yang berasal dari daerah-daerah yang bisa meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia. menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), yang diolah Kemenparekraf, disebutkan pertumbuhan ekonomi kreatif pada 2019, yakni sebesar 3,9%, kemudian pada 2020 mengalami penurunan akibat Covid-19, yaitu -0,5%. Kemudian naik kembali menjadi 2,9% pada 2021, lalu pada 2022 mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 9,49%. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menetapkan terdapat tujuh belas sub sektor, antara lain: (1) Pengembangan Permainan, (2) Arsitektur, (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) Kriya, (14) Periklanan, (15) Seni Pertunjukan, (16) Penertiban, (17) Aplikasi. Kuliner dapat menjadi identitas suku, kota, maupun bangsa. Kadangkala kuliner juga dijadikan sebagai penilaian oleh individu untuk menilai status sosial seseorang.

Melihat pada rencana awal mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif, ekonomi kreatif tentu akan dikembangkan menjadi kekuatan baru bagi perekonomian di daerah. Sebab pengembangan ekonomi kreatif ini dapat menjadi penopang perekonomian lokal dan untuk pembangunan daerah jangka panjang. Untuk dapat menciptakan pertumbuhan ekonomi yang tinggi, maka perlunya transformasi ekonomi dari perekonomian yang dapat mengandalkan eksploitasi Sumber Daya Alam (SDA) sebagai barang mentah, dan pekerja atau tenaga kerja murah karena pendidikan yang rendah, serta kualitas iptek yang relatif rendah, menjadi perekonomian yang mendapatkan nilai dari tata kelola sumber daya alam yang berkelanjutan, industri pengelolaan yang didukung oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki kualitas dan sikap daya saing yang tinggi, serta didukung oleh kualitas iptek yang memadai.

Madura merupakan daerah yang mempunyai potensi memaksimalkan ekonomi kreatif melalui kearifan lokal yang dimiliki, tetapi pada praktiknya Madura belum maksimal memperkenalkan karakteristik daerahnya di tingkat nasional terlebih dalam bidang industri kuliner. Menurut (Hubner et al., 2021) kuliner merupakan bagian hidup yang berhubungan erat dengan konsumsi makanan sebab manusia membutuhkan makanan yang diperlukan oleh tubuh setiap harinya. Bidang kuliner di Madura merupakan salah satu bidang yang mempunyai keberagaman yang dapat diangkat dan diperkenalkan kepada masyarakat luar Madura. Produk yang diciptakan dalam ekonomi kreatif di Madura bersumber dari nilai-nilai kearifan lokal yang dianut oleh masyarakat setempat.

Kota Sampang adalah wilayah kota yang terletak di pulau Madura Jawa Timur. Dimana telah banyak bermunculan UMKM kuliner yang berbasis ekonomi kreatif dan mempunyai permasalahan pada sumber daya manusia, teknologi dan

keuangan. Menurut Faraby et al., (2023) Kabupaten Sampang sendiri di tahun 2020 tercatat 30,830 UMKM, yang mana dibagi menjadi 30.618 usaha mikro, 178 usaha kecil dan 34 usaha menengah berdasarkan data yang ada di Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Sampang. Sementara mengenai rekapitulasi usaha mikro di kabupaten Sampang di tahun 2020 apabila dikelompokkan berdasarkan sektor usahanya, sektor makanan dan minuman (mamin) berjumlah 6.533 unit usaha, yang menjadi urutan kedua terbanyak setelah sektor perdagangan yakni sejumlah 11.533, dan sektor pertanian dan perkebunan kehutanan di urutan ketiga sejumlah 4.551.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh oleh Hutabarat, (2015) Dengan hasil penelitian bahwa pada cluster kuliner yang terdapat di kawasan Pulosari bisa dikembangkan dengan basis pengembangan ekonomi kreatif, sebab hal tersebut berdasarkan tinjauan dari berbagai sudut pandang. Adapun tinjauan yang mempengaruhi hal tersebut berasal dari aspek-aspek yang ada di dalamnya. Aspek-aspek ini ialah, aspek sumber daya, aspek industri, aspek institusi, aspek teknologi, dan aspek lembaga keuangan cluster ini bisa dikatakan tinggi serta mempunyai peluang besar untuk berkembang dan menjadi model pengembangan usaha kuliner dan basis perekonomian yang terdapat di kota Malang. Pelaku usaha kuliner pada cluster ini memiliki permasalahan yang beraneka ragam, seperti kendala promosi usaha kuliner baik lokal maupun di luar Malang yang masih minim. Riset dan pengembangan produk yang masih sangat minim di kalangan pelaku usaha kuliner pada cluster Pulosari tersebut, masalah lainnya seperti kenaikan BBM, penggunaan teknologi dan inovasi produk yang berkembang dalam pasar dan terdapat usaha kuliner musiman.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Haudi et al., (2021) Produksi pengrajin olahan dodol terus berkembang disebabkan karena bahan baku yang mudah didapat, proses pembuatan yang masih tradisional tidak menggunakan mesin dikarenakan harga dan biaya perawatan mesin yang mahal, produksi yang masih tradisional bisa membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar sehingga mampu mengurangi angka pengangguran di Kota Kandangan, serta *packaging* yang masih sederhana hanya menggunakan plastik transparan sehingga kurang menarik di mata konsumen.

Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif pada sub sektor kuliner, adapun perbedaannya terletak pada tahun penelitian, lokasi penelitian, dan kondisi yang ada di tempat penelitian. Selain itu sektor kuliner di kota Sampang didalam penelitian ini dipilih sebab ekonomi kreatif yang dilakukan industri kreatif dianggap bisa mengembangkan sumber daya manusia (SDM) dengan berbekal pada ilmu pengetahuan, aktivitas dan inovasi. Pengembangan kreativitas ini merupakan suatu keunggulan kompetitif bagi bangsa dan memberikan dampak sosial yang positif. Namun dalam usaha mengembangkan hal tersebut, terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM kuliner. Oleh sebab itu penulis mengambil judul "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Kegiatan Usaha Kuliner UMKM di Kota Sampang" bertujuan mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada dan bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif yang harus dilakukan oleh UMKM kuliner di kota Sampang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu,

1. Apa saja permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh UMKM kuliner di kota Sampang dan bagaimana penyelesaiannya?
2. Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada kegiatan usaha kuliner UMKM di kota Sampang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Bersadarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui apa saja permasalahan yang dihadapi UMKM kuliner di kota Sampang
2. Mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif pada kegiatan usaha kuliner UMKM di kota Sampang.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun terdapat dua manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif pada kegiatan usaha kuliner UMKM di kota Sampang.

2. Manfaat Praktis

- Bagi pembaca, dapat menambah wawasan terkait bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif bagi UMKM khususnya di bidang kuliner

- Bagi penulis, menambah pengetahuan dan wawasan mengenai bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada kegiatan usaha kuliner UMKM di kota Sampang
- Bagi pihak lain, hasil penelitian diharapkan berguna sebagai bahan evaluasi pengembangan ekonomi kreatif pelaku UMKM di bidang kuliner di Indonesia pada umumnya dan di kota Sampang khususnya.