

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan penopang perekonomian di Indonesia terutama bagi masyarakat Kabupaten Sampang. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan aktifitas bisnis yang mampu meningkatkan kesempatan kerja dan menyediakan layanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, selain itu, dapat membantu dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan memelihara stabilitas nasional. Kabupaten Sampang pada tahun 2020 memiliki 30.830 UMKM, yang terdiri dari 30.618 usaha mikro, 178 usaha kecil, dan 34 usaha menengah. Sebaliknya, sektor makanan dan minuman (mamin) dengan 6.533 unit usaha, menempati urutan kedua terbesar setelah sektor perdagangan yaitu 11.533 dan urutan ketiga dengan 4.551 sektor pertanian dan perkebunan unit usaha tersebut merupakan rekapitulasi usaha mikro di Kabupaten Sampang tahun 2020 melansir dari Kabar Madura.ID (Jamaluddin 2020).

UMKM Kuliner adalah kegiatan perdagangan makanan dan minuman yang dilakukan perorangan atau sekelompok orang dengan perencanaan yang terorganisir agar bisa mendapatkan laba dengan cara memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. UMKM Kuliner di Kec.Sampang, Kab.Sampang memiliki varian yang beragam, seperti kuliner berbentuk makanan berat, minuman, camilan. Usaha

kecil dan menengah seringkali menghadapi berbagai masalah, pemilik usaha kecil seringkali menghadapi hambatan dalam memasarkan produknya dan dalam menentukan lokasi produk serta metode atau strategi dan pengembangan sumber daya manusia nya. Saat ini, pengusaha tidak hanya berfokus pada bagaimana agar produknya sampai ke tangan konsumen, mereka lebih fokus pada apakah produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan kepuasan pelanggan. Kestabilan tingkat penjualan setiap tahun tergantung dari apa yang dapat dihasilkan oleh perusahaan dapat mengukur efektifitas strategi yang digunakan oleh perusahaan. Melihat perkembangan UMKM yang begitu pesat tersebut, maka otomatis persaingan di antar UMKM serta perebutan pangsa pasar juga semakin ketat. Oleh karena itu, UMKM membutuhkan strategi bisnis atau manajemen strategi yang tepat agar UMKM tersebut dapat bertahan dan berkembang menjadi lebih baik lagi. Manajemen strategi adalah serangkaian aktivitas yang dibarengi dengan perencanaan yang dilakukan oleh seorang manajer untuk melakukan pengembangan sebuah organisasi agar dapat berkompetisi dan berkembang untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen strategis berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi.

Selain membutuhkan strategi bisnis adanya permasalahan UMKM khususnya di Kab.Sampang adalah jiwa wirausaha pelaku UMKM sehingga belum mencapai kualitas maksimal dalam mengelola potensi usaha kuliner di Kab.Sampang. Menurut (Eddy Soeryanto Seogoto, 2009:3) dalam

Trustorini Handayani (2017:26) mengatakan bahwa “Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, ulet dan tekun, rajin, disiplin, siap menghadapi resiko, jeli melihat dan meraih peluang, piawai mengelola sumber daya, dalam membangun, mengembangkan dan menjadikan usaha atau perusahaannya unggul.” Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, bahwa pelaku UMKM Kuliner di Kab.Sampang masih belum memenuhi indikator jiwa wirausaha. Indikator Jiwa wirausaha merupakan poin penting bagi pelaku usaha. Menurut Sulastri (2017:22) yaitu Percaya diri, Berorientasikan pada tugas dan hasil, Pengambilan risiko, Kepemimpinan, Berorientasi ke masa depan.

Kondisi Pelaku UMKM Kuliner di Kec.Sampang, Kab.Sampang saat ini mengaku produknya susah tembus di pasar modern karena banyaknya minimarket di daerah tersebut. Maka dari itu, perlu dilakukan pengembangan jiwa wirausaha pelaku UMKM dalam mengelola potensi kuliner di Kab.Sampang melalui pendekatan manajemen strategi berbasis perspektif. Pendekatan Manajemen Strategi berbasis Perspektif merujuk pada pendekatan dalam mengembangkan dan mengimplementasikan strategi yang mempertimbangkan berbagai perspektif atau sudut pandang yang berbeda. Menurut Kaplan dan Norton, dikutip dalam Utami, (2017:6). Beberapa perspektif yang dapat digunakan dalam pendekatan manajemen strategi yaitu, Perspektif Keuangan, Perspektif Pelanggan, Perspektif Proses Internal, Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang *UMKM Kuliner, Pendekatan Manejemen Strategi dan Pengembangan Jiwa Wirausaha* pada pelaku UMKM khususnya

yang berada di wilayah Kec.Sampang yang menjadi salah satu pendukung utama dalam sektor ekonomi Kab.Sampang. Melalui penelitian ini, peneliti mengangkat judul *“Pendekatan Manajemen Strategi Berbasis Perspektif terhadap Pengembangan Jiwa Wirausaha dalam Mengelola Potensi Usaha Kuliner di Kab.Sampang.”*

1.2 Rumusan Masalah

Apakah Pengembangan Jiwa Wirausaha bagi pelaku UMKM dalam mengelola potensi usaha kuliner di Kec.Sampang, Kab. Sampang dapat dilakukan melalui pendekatan manajemen strategi berbasis perspektif?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Pendekatan Manajemen Strategi Berbasis Perspektif terhadap Pengembangan Jiwa Wirausaha bagi Pelaku UMKM dalam Mengelola Usaha Potensi Kuliner di Kec.Sampang Kab. Sampang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan pada penelitian ini dapat menjadi sebuah acuan referensi serta kajian bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan setelah adanya penelitian ini jiwa wirausaha pelaku UMKM dalam mengelola potensi usaha kuliner di Kec.Sampang, Kab.Sampang dapat berkembang.