

ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF TERHADAP PRILAKU UMKM KULINER DI KABUPATEN SAMPANG

Nabila Alifia Putri

S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura
nabilaalifiaputri15@gmail.com

S Anugrahini Irawati

Anugrahini.irawati@trunojoyo.ac.id
S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura

Abstrak

Pemerintah Kabupaten Sampang sangat serius dan gencar dalam melakukan Pemberdayaan serta memberikan kesempatan usaha di setiap momen kegiatan menangani masalah strategi pengembangan ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Sampang. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengkaji terkait dengan analisa strategi pengembangan ekonomi kreatif terhadap perilaku UMKM kuliner di kabupaten Sampang. Strategi pengembangan Ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Sampang, untuk mengetahui dan menganalisa apa saja yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam strategi pengembangan ekonomi kreatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menjelaskan fenomena atau karakteristik suatu objek penelitian. Ekonomi Kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menggunakan kreativitas. faktor-faktor yang memengaruhi strategi pengembangan ekonomi kreatif di kabupaten sampang.

Kata kunci : ekonmi kreatif, pengembangan strategi,UMKM

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ekonomi Kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menggunakan kreativitas. Pemanfaatan sumber daya dapat melalui banyak cara dan sumbernya bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau inovasi dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas. Ekonomi kreatif mengacu pada sektor ekonomi yang berfokus pada kegiatan dan industri yang menggabungkan kreativitas, keahlian, dan nilai budaya untuk menghasilkan produk dan layanan yang memiliki nilai tambah ekonomi. Ini melibatkan ekspresi kreatif, inovasi, dan penggunaan keahlian khusus dalam menciptakan produk dan layanan yang memiliki elemen seni, desain, budaya, dan kreativitas. Pengembangan strategi ekonomi kreatif.

Menurut Prof. John Howkins dalam buku *The Creative Economy, How People Make Money from Ideas*. John Howkinds mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea*. Ekonomi Kreatif adalah ekonomi yang mempunyai ciri-ciri keunggulan pada sisi kreativitas dalam menghasilkan berbagai desain kreatif yang melekat pada produk barang atau jasa yang dihasilkan.

Menurut Valentine Siagian, dalam buku *Ekonomi dan Bisnis Indonesia (2020)*, ekonomi kreatif merupakan proses penciptaan, kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa, yang dalam prosesnya membutuhkan kreativitas dan kemampuan intelektual.

Menurut *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*, ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang berkembang berdasarkan aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi.

Menurut I Gusti Bagus Arjana dalam penelitiannya *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2016)*, Ekonomi Kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi.

Menurut Mari Elka Pangestu dalam penelitiannya *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (2008)* Ekonomi Kreatif merupakan wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumberdaya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi Negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas.

Pemerintah Daerah sedang gencar melakukan Pemberdayaan serta memberikan kesempatan usaha di setiap momen kegiatan yang ada di kabupaten sampang agar UMKM dapat berkembang dan dapat dikenal oleh Masyarakat baik dalam maupun luar daerah, Bupati Sampang H Slamet Junaidi menyampaikan bahwa produk UMKM lokal tidak kalah dengan produk Daerah lain terutama dengan produk pabrik.

Pemerintah Kabupaten Sampang sangat serius dalam menangani masalah ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Sampang. Hal ini dibuktikan dengan (data di lokasi)

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu Sancoko, Aldo Hardi and Rahmawati, Veronika (2019) dengan judul *Membangun Strategi Pemasaran UMKM Kuliner Kajian Fenomenologi Angkringan di Surabaya* Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna strategi pemasaran dari sudut pandang produsen. Metode yang digunakan kualitatif. Mengungkapkan makna dari sudut pandang produsen. Winarni, E., & Mahsun, A. (2021) dengan judul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Sidoarjo*. Mengetahui pengaruh minat berwirausaha yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini sebagai data dasar untuk menentukan keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif. (Tri Harjawati 2020) dengan judul *Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah Di Provinsi Banten* Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, perkembangan dan program kerja tentang industri kreatif di Propinsi Banten. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan masalah secara mendalam dari data-data yang ditemukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah di Wilayah Propinsi Banten lebih ke arah pemberdayaan pondok pesantren melalui entrepreneur sehingga dapat menciptakan santripreneur. Sehingga nantinya, pondok pesantren bisa menjadi pusat unggulan produk dan pusat peradaban Islam di Provinsi Banten.

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisa terkait dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif terhadap pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Sampang. Tujuan tersebut menggambarkan dengan jelas bahwa penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor yang memengaruhi strategi pengembangan ekonomi kreatif di kabupaten sampang. Tujuan ini juga menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut dalam merumuskan strategi yang lebih efektif, kreatif dan, inovatif dalam pengembangan UMKM di kabupaten sampang.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menjelaskan fenomena atau karakteristik suatu objek penelitian. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini karena mengutamakan pemahaman mendalam tentang konteks, persepsi, dan pengalaman subjek penelitian, serta cocok untuk menggali informasi yang kompleks dan kontekstual.

Subjek penelitian, menggunakan teknik purposive sampling, teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih subjek yang dianggap paling relevan dan mampu memberikan informasi yang kaya terkait dengan tujuan penelitian. Dalam konteks ini, subjek yang dipilih dengan cermat berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan fokus penelitian. Teknik pengumpulan data melalui analisis dokumen, analisis dokumen adalah proses mengumpulkan, menyusun, dan menafsirkan informasi dari berbagai dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen-dokumen tersebut bisa berupa kebijakan, peraturan, laporan, atau catatan yang berkaitan dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif.

Dengan menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif, serta menerapkan teknik purposive sampling dan analisis data kualitatif melalui model interaktif Miles dan Huberman, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai langkah-langkah, kebijakan, dan upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur dan Pemerintah Kabupaten Sampang dalam mengatasi masalah stunting serta implementasi peraturan yang ada.

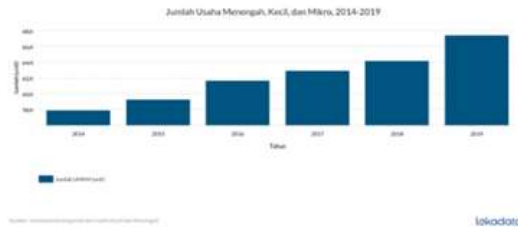
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi Kreatif merupakan wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumberdaya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi Negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas. .

Penulis mengambil judul strategi pengembangan ekonomi kreatif terhadap pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Sampang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor yang memengaruhi strategi pengembangan ekonomi kreatif di kabupaten sampang. Tujuan ini juga menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut dalam merumuskan strategi yang lebih efektif, kreatif dan, inovatif dalam pengembangan

UMKM di kabupaten Sampang. UMKM kuliner di Kabupaten Sampang sangat beraneka ragam terdapat kurang lebih 3.000 UMKM kuliner di kabupaten Sampang. UMKM kuliner dibutuhkan cita rasa untuk menarik konsumen, inovasi dan kreativitas juga diperlukan agar berkembang dan dapat memengaruhi pertumbuhan Ekonomi Masyarakat sekitar.

Bidang kuliner di Madura merupakan salah satu bidang yang mempunyai keanekaragaman yang banyak dan dapat diolah menjadi produk yang inovatif dan kreatif sehingga menarik konsumen.



Gambar 1. jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah, 2014-2019
Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada 2019 diproyeksikan tumbuh 5 persen menjadi 67,4 juta unit. dibanding tahun sebelumnya yang sebanyak 64,2 juta unit. Jumlah UMKM ini terus meningkat setiap tahunnya.

Strategi Meningkatkan UMKM Kuliner Diantara Ketatnya Persaingan

- Cita rasa

Cita rasa merupakan cara dalam pemilihan makanan atau minuman yang dibedakan dari rasa itu (Drummond & Brefere, 2010). Indikator - Indikator Cita Rasa Bisa mempengaruhi adanya tiga faktor, yaitu bau, rasa serta rangsangan mulut (Garrow dan James, 2010:124)

- a. Bau adalah suatu komponen dari cita rasa pada makanan atau minuman yang dapat memberikan sebuah aroma dan juga bisa mengetahui dari adanya rasa yang terdapat di makanan tersebut.
- b. Rasa bisa dikenali dengan adanya kuncup cecepan yang letaknya di papilla yaitu pada bagian noda darah jingga yang terletak di lidah. Pada anak kuncup-kuncup perasa terletak pada faring, dan pelata pada bagian langit-langit yang lunak ataupun keras dan juga terletak di lidah.
- c. Rangsangan mulut adalah sebuah perasaan seseorang yang timbul setelah menelan suatu minuman yang sifatnya bisa merangsang syaraf perasa terdapat dibawah kulit muka, lidah, ataupun pada gigi yang bisa menimbulkan perasaan. Cita rasa dapat mempengaruhi tekstur suatu bahan karena dapat ditimbulkan dari bahan tersebut.

- Pelayanan

Kualitas dari pelayanan adalah suatu usaha untuk dapat mencukupi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dengan menggunakan sebuah jasa dan melakukan penyampaian dengan tepat agar dapat mencapai harapan pelanggan (Situmeang, 2017). Sedangkan menurut (Windari, 2019) ia mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah keadaan yang saling berhubungan dengan proses, produk, jasa dan manusia yang membuat harapan konsumen dapat terpenuhi

Dalam etika pelayanan, untuk menjalankannya perlu ada ketentuan yang lebih dulu diatur agar faktor penunjang yang lainnya dapat berjalan dan bekerjasama. Sebuah ketentuan yang mengatur etika adalah sikap, perilaku, penampilan seseorang, cara berbicara, gerak-gerik dan cara berpakaian (Jureid, 2020). Menurut (Musrifah, 2018) mendefinisikan etika dalam pelayanan sebagai suatu sifat yang sudah ada dan sudah menjadi ciri khas bagi

seseorang dan menjadikannya sebagai suatu hal penting untuk dijalankan sebagai aktivitas sehari-hari. Sedangkan menurut (Akbar, 2020) etika pelayanan adalah sebuah standarisasi atau suatu perilaku yang baik dan benar dan harus dipatuhi dan dijalankan dengan baik pula.

- Lokasi usaha

Usaha Kuliner adalah jenis usaha yang menguntungkan dan akan selalu laris sepanjang masa, alasannya karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan kita. Bisnis kuliner ini pun punya banyak kategori, mulai dari makanan ringan (camilan), minuman, hingga makanan pokok. Semua kategori di bisnis kuliner ini (camilan, minuman, makanan pokok) punya potensi yang sangat bagus, tergantung cara kita dalam memasarkannya.

- Kemasan

Kemasan merupakan wadah yang dapat meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Pengemasan produk menjadi hal yang penting karena kemasan memiliki dampak fisik dan psikologis. Dalam hal dampak fisik, kemasan berfungsi sebagai wadah dan pelindung. Kemasan dapat berfungsi sebagai perangsang atau daya tarik bagi pembeli dengan cara mempromosikan produk tersebut. Kemasan yang menarik dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli dan mencoba produk tersebut. Selain itu, kemasan juga dapat memperlihatkan informasi tentang produk, seperti merek, informasi nutrisi, instruksi penggunaan, dan lain sebagainya, yang dapat membantu dalam mempromosikan produk tersebut. Namun, kemasan juga memiliki fungsi lainnya, seperti melindungi produk, menjaga keamanan produk, dan meningkatkan laba perusahaan dengan cara mengurangi biaya produksi.

Disini peneliti mengambil studi kasus UMKM kuliner yang bergerak di bidang camilan khas Sampang yang mana studi kasus ini sudah melalui riset yang telah dilakukan oleh peneliti sehingga peneliti mengambil UD. BUNGA MUTIARA sebagai studi kasus Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan peneliti mendapatkan hasil wawancara yang cukup memuaskan. disini peneliti menggunakan 3 informan yang mana dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut :

Kemasan

Untuk Kemasan sesuai dengan fungsinya yaitu dapat melindungi produk Dari segi kemasan kurang menarik mengenai desain kemasan karna kemasan yang terlalu normal dan cenderung pasaran. Untuk pengemasannya sendiri mudah dibawa kemana mana.

Penyajian

Untuk penyajian sendiri sesuai dengan SOP. Untuk pelayanan Kurang ramah, karena kasir yang berjaga tidak ditempat. Untuk pelayanan Kurang cepat, dikarenakan saat konsumen datang para pegawai yang menjaga toko sedang tidak berjaga di lingkungan toko.

Lokasi

Lokasi sangat mempengaruhi perkembangan Sangat mempengaruhi pelanggan, lokasi tempat toko UD. BUNGA MUTIARA minim diketahui pengunjung, karena bertempat didalam komplek. Untuk tata letak Sudah sangat umum, tata letak item yang dijual juga sangat rapi di sisi tepi, jadi pengunjung bisa melihat semua item dengan jelas. Untuk lokasi Tidak sesuai jika disamakan dengan aplikasi google maps kurang presisi untuk penempatan titik lokasi nya.

Cita rasa

Kita sudah mengetahui bahwa cita rasa sangat berpengaruh terhadap pengembangan produk. Cita rasa dalam produk ini sendiri Sangat khas dengan olahan daerah madura, yang identik dengan olahan hasil laut nya. Cita rasa dalam produk ini sendiri terbilang Konsisten, dikarenakan UD. BUNGA MUTIARA memasok olahan dari produksi rumahan yang sama.

Cita rasa produk kurang menyesuaikan dengan selera konsumen, dikarenakan olahan khas daerah Sampang rata rata terbuat dari olahan hasil laut, yang mana tidak cocok untuk konsumen yang intoleran dengan olahan hasil laut.

4. KESIMPULAN

Agar pengembangan ekonomi kreatif berkembang maka dari itu peningkatan ekonomi kreatif dengan cara melakukan strategi pengembangan di UMKM kuliner dimana disini peneliti mengambil studi kasus di UD. BUNGA MUTIARA dimana toko ini lebih menuju ke camilan khas dari Sampang. Peningkatan yang dapat dilakukan yaitu melalui kemasan, penyajian, lokasi dan, cita rasa. Peningkatan tersebut dapat membuat peningkatan pembeli atau konsumen untuk membeli produk tersebut Langkah yang dapat dilakukan yaitu dengan cara menubah atau membuat kemasan lebih menarik, untuk penyajian terbilang cukup memuaskan hanya saja mungkin karyawan terlalu sibuk dengan kegiatan lain, pemilihan lokasi juga sangat berpengaruh karna lokasi yang strategis sangat berdampak terhadap peningkatan pembeli dan, cita rasa ini hal yang paling penting karna setiap produk harus memiliki cita rasa yang konsisten dan sesuai dengan selera konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 121-138.
- Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salsabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). Pengembangan ekonomi kreatif sektor UMKM di masa pandemi covid-19. *Jurnal ekonomi pendidikan dan kewirausahaan*, 9(2), 125-138.
- Gustriana, N. (2019). Pengaruh Cita Rasa, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Konsumen di Rumah Makan Prasmanan Sedehana 1 Tegalgede Cikarang Selatan (pp. 1–116). universitas pelita bangsa
- Winarni, E., & Mahsun, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Sidoarjo. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(3), 51-66.
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Putri, N. A., Safri, H., & Zufri, Z. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Etika Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Warung Kopi Gelas Batu Kota Pinang. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(2), 132-143.
- K, Joni Hendra. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Masyarakat Provinsi Riau Menuju Revolusi Industri 4.0. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana. Universitas Islam Negeri: Sumatera Utara