
Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Kegiatan Usaha Kuliner UMKM Di Kota Sampang

Siti Khotijah¹, S Anugrahini Irawati²

^{1,2}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura
sthotijah23@gmail.com¹, anugrahini.irawati@trunojoyo.ac.id²

Abstrak

Sektor kuliner di kota Sampang, dipilih sebab ekonomi kreatif yang dilakukan industri kreatif dianggap bisa mengembangkan SDM berbekal 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. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi, dan bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada kegiatan usaha kuliner oleh UMKM kuliner di kota Sampang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM kuliner di kota Sampang terletak pada SDM, penggunaan teknologi, dan manajemen keuangan. Strategi pengembangan yang dilakukan dengan memperhatikan bentuk kemasan dan keindahan dalam setiap produk atau masakan yang disajikan, selalu melakukan inovasi-inovasi untuk meningkatkan jumlah atau variasi produk, menjaga ketersediaan pasokan bahan baku untuk pengolahan dan produksi produk, menjaga kualitas bahan baku, melakukan *Quality control* untuk memastikan produk atau masakan yang di produksi dalam keadaan baik sebelum disajikan kepada konsumen.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan; Ekonomi Kreatif; UMKM Kuliner

Abstract

The culinary sector in Sampang city in this study was chosen because the creative economy run by the creative industry is considered capable of developing human resources armed with science, activity and innovation. The development of this creativity is a competitive advantage for the nation and has a positive social impact. However, in an effort to develop this, there are several problems experienced by culinary MSME players. This study aims to determine the problems that are being faced, and how the creative economic development strategy in culinary business activities by culinary MSMEs in Sampang city. The method used in this research is descriptive qualitative research method. The results showed that (1) the problems faced by culinary MSME players in Sampang city lie in human resources, technology, and financial management (2) the development strategy carried out by paying attention to the form of packaging and beauty in each product or cuisine served, always making innovations to increase the number or variety of products, maintaining the availability of raw material supplies for product processing and production, maintaining the quality of raw materials, conducting quality control to ensure that the products or dishes produced are in good condition before being served to consumers.

Keywords: Development strategy; creative economy; culinary MSMEs

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif adalah konsep perekonomian pada era ekonomi baru yang memaksimalkan informasi dan kreativitas seperti mengedepankan ide dan pengetahuan yang berasal dari sumber daya manusia itu sendiri, sebagai faktor produksi yang paling utama dalam kegiatan ekonominya (Mardiani et al., 2023). Menurut Alexandro et al., (2020) di dalam lima tahun kedepan pengembangan ekonomi kreatif difokuskan untuk stabilitas pengembangan ekonomi kreatif yakni dengan mengoptimalkan dan mengedepankan 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. Selain itu menurut Arvika Sari & Handayani, (2021) ekonomi kreatif merupakan konsep pada era ekonomi baru yang memaksimalkan dan mengoptimalkan informasi serta kreativitas yang mengandalkan ide, pengetahuan yang bersumber dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama.

Menurut Ria & Susilo (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. Sehingga dalam hal ini ekonomi kreatif sangatlah bergantung pada modal manusia (*human capital*) sebab ekonomi kreatif menumbuhkan sumber daya manusia yang kreatif mampu menciptakan berbagai macam ide serta dapat menterjemahkannya dalam bentuk barang dan jasa yang bernilai ekonomis (Digdowiseiso & Ria, 2023). Proses produksinya mungkin saja dapat mengikuti kaidah ekonomi industri, akan tetapi proses atau tahapan awal idenya adalah kreativitas (Ria, 2023). Produk-produk ekonomi kreatif selama ini dikembangkan oleh UMKM yang mana oleh pemerintah diupayakan sebagai bentuk pewarisan jati diri bangsa (Ria & Digdowiseiso, 2023).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha perseorangan atau badan usaha skala kecil yang mempunyai batasan-batasan tertentu di dalam hal jumlah pekerjaannya, omset dan jumlah penjualannya, serta total asetnya (Nur et al., 2023). Dan juga masih menggunakan teknologi tradisional dengan sistem tata kelola usaha yang sederhana (Sari & Handayani, 2021). Menurut Halim, (2020) UMKM merupakan wadah atau tempat kreativitas bagi masyarakat yang mana usaha kreatif tersebut bisa berguna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Pertumbuhan perekonomian nasional di Indonesia telah berkembang melalui ekonomi kreatif, yang mana melalui bidang kuliner salah satunya, yang berasal dari daerah-daerah yang bisa meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia (Susilo & Ria, 2022). 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) Penerbitan, (17) Aplikasi. Kuliner dapat menjadi identitas suku, kota, maupun bangsa. Kadangkala kuliner juga dijadikan sebagai penilaian oleh individu untuk menilai status sosial seseorang.

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. Kota Sampang

sendiri telah banyak bermunculan UMKM kuliner yang berbasis ekonomi kreatif yang 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.

Penulis memilih 5 sampel yang unik tiap usahanya. Dengan keunikan, ciri khas serta permasalahan yang ada, penulis memilih: 1) pelaku usaha kuliner “CV. HJ. Diya” di Jl. an Mutiara yang sudah berdiri pada tahun 1980-an dengan keunikan menciptakan berbagai varian produk petis yang beragam seperti, petis ikan tongkol, tuna, udang, dan cumi-cumi. Permasalahan yang ada pada usaha kuliner ini yakni pelaku usaha yang masih belum memiliki manajemen usaha yang baik dan kesulitan dalam menyusun pembukuan keuangan. 2) pelaku usaha kuliner “Bebek Songkem Pak Salim” Jl. H. Agus Salim yang sudah berdiri sejak 1999 dengan keunikan membuat hidangan bebek yang diolah dengan cara dikukus sehingga menghasilkan masakan bebek yang rendah lemak. Permasalahan yang ada pada usaha kuliner ini, karyawan yang kurang disiplin, pemasaran yang belum menggunakan media sosial, serta laporan keuangan yang masih dalam bentuk pembukuan seadanya. 3) pelaku usaha kuliner “UD. Sumber Mutiara (Camilan Khas Madura)” yang mulai berdiri sejak 1990-an dengan keunikan produk camilan Kripik Singkong, Kripik Talas, Kripil Bentoel, dan lainnya yang memiliki beragam varian rasa. Permasalahan dalam usaha kuliner ini terletak pada pelaku usaha yang masih belum paham cara melakukan pengiriman barang secara online dengan baik dan aman, alat produksi yang masih sederhana, dan pembukuan keuangan yang masih belum terstruktur. 4) pelaku usaha kuliner “Depot Al Ghozali” yang telah ada sejak 1980-an dengan keunikan hidangan kaldu dengan tulang sumsum yang berukuran jumbo yang penyajiannya diberi sedotan sehingga konsumen dapat menikmati sumsum dengan cara disedot layaknya minum es. Permasalahan yang ada yakni, SDM yang ada belum paham menggunakan teknologi, media promosi yang belum menggunakan media social, masih belum memiliki sertifikasi halal serta laporan keuangan yang juga belum terperinci. 5) pelaku usaha kuliner “Depot Sate Mufakat” sudah berdiri sejak 1950-an dengan keunikan hidangan satenya yang memiliki potongan daging sate yang lebih besar disajikan bumbu kacang yang khas. Permasalahan yang ada yaitu, dari kondisi fisik pelaku usaha, pemasaran yang hanya mengandalkan dari mulut kemulut, serta tidak pernah melakukan pencatatan keuangan.

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.

Selain itu 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. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi, dan bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada kegiatan usaha kuliner oleh UMKM kuliner di kota Sampang.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini yaitu di kota Sampang, Madura, Jawa Timur. Objek penelitian ini yakni UMKM kuliner yang ada di kota Sampang. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif, penelitian deskriptif merupakan metode penulisan yang menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai apa adanya (Meini & Istikharoh, 2022). Metode penelitian kualitatif adalah penelitian ilmiah yang tujuannya untuk memahami fenomena dalam konteks sosial secara ilmiah dan dengan mengedepankan proses interaksi serta komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang akan diteliti (Digdowiseiso & Ria, 2023)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber yang diteliti atau UMKM berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan pelaku UMKM kuliner di kota Sampang. Data sekunder adalah data yang didapatkan dari dokumentasi atau tulisan seperti karya ilmiah, buku, laporan, jurnal-jurnal, dan dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model *Miles and Huberman* yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun teknik penentuan informan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sampang adalah ibu kota kabupaten Sampang yang terletak di pulau Madura secara geografis pada bagian utara Sampang berbatasan dengan laut Jawa sebelah timur berbatasan dengan kabupaten Pamekasan dan Sumenep sebelah selatan berbatasan dengan selat Madura dan sebelah barat berbatasan dengan kabupaten Bangkalan. Dimana berdasarkan yang data yang ada di Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja

kabupaten Sampang pada tahun 2020 sebanyak 30, 830 UMKM di kabupaten Sampang yang dibagi menjadi 30,618 usaha mikro, 178 usaha kecil dan 34 usaha menengah. Berdasarkan sektornya sendiri pada sektor makanan dan minuman sebanyak 6.533 unit usaha.

Unsur-Unsur Kuliner

Kuliner merupakan kegiatan yang diawali dengan melakukan persiapan pengelolaan dan penyajian suatu produk makanan dan minuman yang menghasilkan unsur estetika, kreativitas, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting didalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya— beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen. (Ariyanti, 2023) yang masing-masing akan dijelaskan sebagai berikut.

Unsur estetika, Dari segi estetika UMKM kuliner di kota Sampang sudah memperhatikan tampilan dari produknya bisa dilihat melalui kemasan atau *packaging* produk maupun saat penyajian (*food plating*) kepada konsumen. Dalam penyajiannya juga memperhatikan keindahan dalam setiap masakan yang disajikan, dengan menggunakan piring saji dilengkapi dengan pelengkap lain seperti lalapan dan memperhatikan kebersihan dan tata letak ruangan agar selalu rapi dan nyaman. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tyastity & Yustisia, 2019) berdasarkan hasil responden dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan tampilan produk olahan dapat menggugah selera. Sehingga dalam hal ini memperhatikan tampilan produk dan kebersihan rumah produksi serta rumah makan merupakan satu kesatuan yang dapat menggugah selera konsumen untuk terus datang dan menikmati produk dan sajian masakan yang dipasarkan.

Unsur kreativitas, Pelaku usaha UMKM kuliner di kota Sampang menciptakan ide-ide kreatif mereka, dari suatu hal yang sudah ada sebelumnya yang kemudian dikreasikan dan dikembangkan menjadi hal-hal yang lebih bernilai baik dari segi cita rasa, maupun kualitas produk kuliner tersebut. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Jusmiyanti et al., 2022) pada usaha Cafe dan Seafood yang mana dari usaha yang sejenis dapat menimbulkan terjadinya persaingan produk terlebih pada produk yang sama, sehingga pedagang dituntut untuk memiliki strategi agar produknya tidak kalah bersaing dari hasil penelitian salah satunya yakni dengan melakukan pengembangan dari produk yang sudah ada sebelumnya. Dengan hal ini peran kreativitas dari para pelaku usaha sangat dibutuhkan produk atau sajian yang dihasilkan selalu menarik dan diminati oleh para konsumen.

Unsur tradisi, para pelaku usaha kuliner yang ditemui oleh peneliti, rata-rata resep produk dan olahan masakan yang dihasilkan banyak meneruskan resep warisan keluarga agar cita rasa tetap sama, sehingga hal tersebut merupakan salah satu cara bagi para UMKM kuliner mempertahankan warisan budaya yang dimiliki. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rusmaniah, Herman, Putri Dyah Indriyani, Rima Meilitia Sari, & Dedy Ari Nugroho, 2022) hasil penelitian menjelaskan bahwa kuliner lokal di Kalimantan Selatan yaitu jengkol tahlilala merupakan warisan budaya Banjar yang perlu diwariskan, adapun pelestariannya yakni salah satunya dengan menggunakan resep dari nenek moyang guna mempertahankan cita rasa.

Unsur kearifan lokal, para pelaku UMKM kuliner di kota Sampang rata-rata menciptakan produk yang benar-benar mencerminkan ciri khas Madura, mulai dari bahan baku yang menggunakan produk lokal, resep masakan yang khas, serta pengolahannya pun masih dengan cara tradisional. sehingga produk dan olahan masakan yang dipasarkan tidak banyak ditemukan di daerah lain. Ini dapat menjadi karakteristik dari ekonomi kreatif yang selalu mempunyai nilai lebih dibanding lainnya (Sa'adah, 2015).

Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif bertumpu pada tiga terminologi yaitu kreatifitas, (2) Inovasi, (3) penemuan. Kreativitas, para pelaku UMKM kuliner di kota Sampang memperoleh ide dalam menciptakan produk dilatarbelakangi oleh beberapa macam alasan serta permasalahan yang ada, seperti terdapat suatu makanan yang masih dianggap rendah oleh beberapa kalangan, ingin menikmati olahan masakan dengan cara dan cita sara yang berbeda, serta terciptanya ide karena melihat peluang-peluang yang ada. dari ide-ide tersebut, dapat menghasilkan produk dengan cita rasa dan ciri khas yang dapat membedakan produk atau masakan yang dihasilkan dengan produk lainnya yang sejenis, hal ini dapat membawa kuliner yang ada di kota Sampang banyak dikenal dan diterima oleh masyarakat luas.

Inovasi, pelaku UMKM di kota Sampang sebagian telah beberapa kali melakukan inovasi, inovasi tersebut merupakan hasil pengembangan dari produk yang sudah ada sebelumnya sehingga hal itu menambah jenis atau variasi produk yang dihasilkan. Namun terdapat juga para pelaku yang tidak ingin melakukan inovasi sebab ingin mempertahankan cita rasa dan ciri khas yang ada di dalam olahan produknya.

Penemuan, para pelaku UMKM kuliner yang ada di kota Sampang dalam memudahkan proses implementasi dari ide dan inovasi yang sudah diciptakan, rata-rata masih belum terpikirkan menggunakan teknologi seperti teknologi informasi ataupun alat-alat (mesin) untuk mempermudah aktivitas usahanya. Hal ini banyak disebabkan karena ingin mempertahankan ciri khas dari produk atau masakan yang dihasilkan.

Analisis Pilar-Pilar Model Pengembangan Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif tentu juga membutuhkan pilar agar bisa berdiri tegak di dalam ekonomi kreatif terdapat 5 pilar menurut Rahmawati et al., (2021) kelima pilar ekonomi kreatif yakni, aspek sumber daya, aspek industri, aspek teknologi, aspek institusi, aspek lembaga keuangan, yang mana perlu diperkuat sehingga industri kreatif mampu tumbuh dan berkembang mewujudkan visi misi ekonomi kreatif Indonesia 2025, adapun analisis pilar ekonomi kreatif pada UMKM kuliner di kota Sampang dijabarkan sebagai berikut:

1. Analisis Aspek Sumber Daya

Berdasarkan sumber daya insani, UMKM kuliner di kota Sampang jika dilihat dari sumber daya manusianya sendiri rata-rata masih terdapat beberapa kendala yang terjadi, seperti para pelaku usaha yang belum memiliki manajemen usaha yang baik, belum paham mengenai bagaimana melakukan pengiriman barang via *online*, masih rendahnya pengetahuan akan teknologi. Manajemen usaha yang kurang baik disebabkan pengetahuan dan keterampilan yang terbatas akan menyebabkan usaha yang dijalankan sulit untuk berkembang (Kustanti, 2022).

Mengenai sumber daya yang berada di industri maka sumber daya yang ada tersebut bisa dibekali dan diberikan pengembangan terkait bimtek bertujuan agar lebih berkompeten didalam bidangnya (Alexandro et al., 2020). Untuk itu bagi para pelaku usaha perlu mengikuti pelatihan atau seminar terkait manajemen usaha dan penggunaan teknologi agar menambah wawasan serta pengetahuan sehingga mampu mengembangkan usahanya menjadi lebih baik. Selain dari para pengelolanya sendiri permasalahan juga timbul dari tenaga kerja yang ada, permasalahan seperti kurangnya sikap disiplin. Selanjutnya dilihat dari sumber daya alam, pelaku usaha UMKM kuliner yang berada di kota Sampang telah bekerja sama dengan para pedagang lain untuk menjaga ketersediaan bahan baku yang diperlukan agar memudahkan pada saat proses produksi dan bahan baku tersebut didapat dari pasar tradisional yang ada di kota Sampang.

2. Analisis Aspek Industri

UMKM kuliner yang ada di kota Sampang keseluruhannya masih merupakan usaha rumahan atau *home industry*. Dalam menghadapi kompetitor yang ada para pelaku usaha UMKM kuliner di kota Sampang telah terbiasa dengan para pesaingnya, dan menghadapinya dengan selalu menjaga kualitas bahan baku, karena bahan baku sangat mempengaruhi hasil akhir dari sebuah produk selanjutnya dengan selalu melakukan *Quality Control* atau pengawasan untuk memastikan dan menjaga produk yang diproduksi dalam keadaan baik sebelum disajikan dan dipasarkan kepada konsumen, serta melakukan inovasi-inovasi baru agar tidak kalah bersaing dengan para kompetitor. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jusmiyanti et al., 2022) Untuk mempertahankan usaha kuliner di tengah persaingan pedagang kuliner yang ada di taman Sangomang menggunakan beberapa strategi yakni dengan melakukan pengembangan produk yang sudah ada atau melakukan inovasi, membuat produk yang belum ada pada pedagang lain, serta menjaga atau mempertahankan kualitas produk yang sudah ada.

3. Analisis Aspek Teknologi

UMKM kuliner di kota Sampang dalam melakukan proses produksi hanya CV. HJ. Diya' (produk petis) yang menggunakan mesin saja, rata-rata banyak yang menggunakan alat rumahan sederhana, sebab masakan yang diolah juga merupakan masakan tradisional. Penelitian yang dilakukan oleh Haudi et al., (2021) dengan hasil penelitian produksi pengrajin olahan Dodol di Hulu Sungai Selatan proses produksinya masih tradisional tidak menggunakan mesin dikarenakan harga dan biaya perawatan mesin yang mahal. Perbedaan dari hasil penelitian tersebut yakni pada alasan mengapa para pelaku UMKM kuliner di kota Sampang yang masih menggunakan peralatan sederhana karena ingin menciptakan cita rasa yang khas, sehingga untuk memproduksi masih menggunakan alat-alat yang sederhana. Mengenai media promosi, promosi merupakan suatu hal yang harus dilakukan setiap pemilik usaha.

Hal utama dalam promosi yakni membuat pesan yang persuasif yang efektif berguna untuk menarik perhatian para konsumen. UMKM kuliner di kota Sampang tidak banyak yang menggunakan sosial media sebagai tempat memasarkan produk yang dihasilkan, UMKM kuliner yang ada di kota Sampang seperti Bebek Songkem Pak Salim, Depot Kaldu Al Ghozali, dan Depot Sate Mufakat masih menggunakan pemasaran *word of mounth* atau yang dikenal dengan pemasaran dari mulut ke mulut. Pada era digitalisasi, sudah saatnya pelaku UMKM memasarkan produk dan bisnisnya dengan memanfaatkan media sosial sehingga akan mempunyai jangkauan yang lebih luas, tentu produk akan semakin dikenal masyarakat nasional maupun internasional (Kustanti, 2022). Maka dari itu penting bagi pelaku UMKM kuliner perlu mengalihkan teknik pemasaran yang sebelumnya masih dengan cara tradisional menjadi pemasaran yang lebih modern dengan menggabungkan serta memanfaatkan internet guna menjangkau konsumen yang lebih luas. Tetapi juga terdapat UMKM kuliner petis CV. HJ Diya' dan UD. Mutiara (Camilan Khas Madura) sudah menggunakan media sosial sebagai tempat promosi agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat luas, media sosial yang sering digunakan yakni Facebook, Tik Tok, WhatsApp, dan Instagram.

4. Analisis Aspek Institusi

Mengenai perizinan usaha atau legalitas usaha, para UMKM kuliner yang ada di kota Sampang semuanya sudah memiliki legalitas atau surat izin yang resmi dalam menjalankan usahanya. Dengan memiliki legalitas usaha ini tentu para pelaku UMKM kuliner di kota Sampang mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan dan mitra bisnis lainnya bahwa usaha tersebut dijalankan dengan integritas yang sesuai dengan

standar yang telah ditetapkan. Serta juga memberikan adanya kepastian hukum jika terjadi kasus atau kejadian yang tidak diinginkan. Selain itu sertifikasi halal merupakan hal yang harus di perhatikan, sertifikasi halal dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM-MUI) yang menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat islam. UMKM kuliner CV. HJ Diya', Bebek Songkem Pak Salim, UD. Mutiara (Camilan Khas Madura), dan Depot Sate Mufakat sudah memiliki sertifikat halal, namun Depot Kaldu Al Ghazali belum memiliki sertifikasi halal,

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Putri, Retno Astuti, & Shyntia Atica Putri, 2014) pada restoran Big Burger yang telah terjamin kehalalannya menurut syariat Islam, yang mana kehalalan suatu masakan adalah salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam memilih sebuah restoran. sehingga perlu kesadaran bagi pelaku usaha untuk segera mendaftarkan produknya sebab sertifikasi halal mempunyai banyak manfaat untuk konsumen salah satunya adalah agar memberikan ketenangan terhadap produk yang dikonsumsi dapat terjamin dan aman terlebih bagi konsumen muslim meskipun pada kenyataannya dalam membuat sertifikat halal membutuhkan biaya yang besar. Mengenai bantuan keuangan dari pemerintah, UMKM kuliner di kota Sampang sebagian besar belum pernah mendapatkan bantuan keuangan berupa modal usaha dari pemerintah setempat.

5. Analisis Aspek Lembaga Keuangan

UMKM kuliner di kota Sampang modal yang digunakan dalam melakukan usaha pada dasarnya menggunakan dana pribadi, untuk melakukan pinjaman bagi bank maupun di koperasi hanya sedikit yang pernah melakukan pinjaman seperti UMKM kuliner Camilan Khas Madura (UD. Mutiara) melakukan pinjaman untuk pengembangan usahanya. Dan para pelaku UMKM di kota Sampang sepakat dengan berpendapat bahwa mengenai proses pinjaman baik di bank maupun di koperasi tidak ada kesulitan dan hambatan di dalam prosesnya.

Selanjutnya mengenai keuangan, pelaku UMKM kuliner di kota Sampang dalam mengelola keuangan hanya menggunakan pembukuan sederhana karena tidak memiliki kemampuan untuk membuat laporan atau pembukuan keuangan yang sistematis, ada juga pelaku usaha kuliner Depot Sate Mufakat tidak pernah membuat pembukuan keuangan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hutabarat, 2015) yang mana UMKM kuliner di kota Malang telah memiliki kemampuan tata kelola keuangan yang baik yakni dengan pembukuan. Dengan demikian pelaku UMKM kuliner di kota Sampang perlu mengikuti pelatihan terkait penyusunan pembukuan keuangan agar mampu membuat laporan keuangan yang baik dan benar.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner di kota Sampang mengidentifikasi beberapa poin penting. Pertama, UMKM di kota Sampang memprioritaskan estetika produk mereka, memastikan pengemasan dan penyajian yang menarik bagi konsumen. Kedua, mereka menunjukkan kreativitas dengan menawarkan berbagai macam produk dan pilihan menu. Ketiga, mereka menjunjung tinggi tradisi dengan melestarikan resep warisan keluarga, mempertahankan ciri khas dan cita rasa masakan mereka. Selain itu, UMKM kuliner ini mencerminkan kearifan lokal dengan menggunakan bahan-bahan lokal dan menggunakan teknik pengolahan yang unik yang menunjukkan identitas budaya Sampang, khususnya Madura. Namun, UMKM di kota ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dan disiplin, teknologi dan peralatan yang tidak memadai, terbatasnya pemanfaatan media sosial untuk promosi, dan kurangnya pengetahuan dalam manajemen keuangan. UMKM telah mengambil langkah-langkah untuk mengatasi tantangan-

tantangan ini, dengan fokus pada pengemasan, penyajian makanan, kebersihan, inovasi, pasokan bahan baku, kontrol kualitas, dan pengembangan produk. Pengembangan subsektor kuliner di kota Sampang terhambat oleh kurangnya dukungan pemerintah dalam hal bantuan modal, pelatihan, dan pengembangan bisnis untuk ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandro, R., Uda, T., & Pane, L. L. (2020). Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner Khas Suku Dayak Kalimantan Tengah. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 6(1), 11–25. <https://doi.org/10.23887/jiis.v6i1.24749>
- Ariyanti, I. (2023). Ekosistem Kuliner Indonesia Berstandar Global. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 10(1), 81–88.
- Faraby, M. E., Ahmad Makhtum, Azizah, Siti Munadhifah, Puji Rahayu, & Ryamizard R Pasolongi. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal Pelaku Umk Produk Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Sampang. *Communnity Development Journal*, 4(2), 1362–1369.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Haudi, A., Ratumbuysang Monry Fraick G, & Hasanah, M. (2021). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Industri Kecil Dodol Di Hulu Sungai Selatan. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 1(1), 31–36.
- Hubner, I., Pramono, R., Maleachi, S., Asthyn Pakasi, D., Bernedetta Sitorus, N., & Pelita Harapan, U. (2021). *Pelatihan Penggunaan Instagram Dalam Promosi Produk Kuliner*. Retrieved from <https://journal.stitaf.ac.id/index.php/taawun>.
- Hutabarat, L. R. F. W. M. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 12–19.
- Jusmiyanti, Rinto Alexandro, Sundari, Sri Rohaetin, Hendrowanto, Nibel, ... Susi Sukarningsi. (2022). Strategi Bersaing Antar Pedagang Kuliner Taman Sangomang Palangka Raya. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(1), 136–143.
- Kustanti, R. (2022). Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekobistek*, 11(3), 246–251. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.366>
- Putri, N. E., Retno Astuti, & Shyntia Atica Putri. (2014). Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang). *Jurnal Industria*, 3(2), 93–106.
- Rahmawati, F., Maulana, P., Allya Rahmah, S., Uqnul Amalia, D., Ekonomi, P., & Lampung, U. (2021). Pilar-Pilar Yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *Economic Education And Entrepreneurship Journal*, 4(2), 159–164.
- Rusmaniah, Herman, Putri Dyah Indriyani, Rima Meilitia Sari, & Dedy Ari Nugroho. (2022). Pelestarian Kuliner Lokal Jengkol Tahilala Sebagai Warisan Dan Perwujudan Nilai Budaya Banjar Di Desa Pingaran. *Anterior Jurnal*, 21(3), 57–61. Retrieved from <http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/anterior>

- Sa'adah, Z. (2015). Jati Diri Bangsa Dan Potensi Sumber Daya Konstruktif Sebagai Aset Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Economia*, 11(2), 150–160.
- Sari, R. A., & Handayani, T. (2021). Culinary Creative Economy Development Through Marketing Mix (Case Study of Rumah UKM Berkah Desa Resam Lapis). *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 1–7. Retrieved from <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- Tyastity, F. A., & Yustisia Pasfatima Mbulu. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Berbasis Masyarakat Di Rungkut Surabaya. *Jurnal of Tourism Destination and Attraction*, 7(1), 25–33.
- Digdowiseiso, K., & Ria, R. (2023). PENGENALAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM DI KELURAHAN JATISAMPURNA KOTA BEKASI. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 608–620.
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., Ningsih, S., Handayani, E. T. E., Hidayatullah, D., Desmana, S., Lantana, D. A., Fachry, F., Suhatmojo, G. T., & Nurfaiz, K. (2023). PENINGKATAN PENJUALAN UMKM ALBY KEY DENGAN PEMASARAN DIGITAL. *MINDA BAHARU*, 7(1), 57–64.
- Meini, Z., & Istikharoh, I. (2022). Mekanisme Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba. *AkunNas*, 19(1), 28–42.
- Nur, M., Molina, M., Indriyanto, E., Digdowiseiso, K., & Hashim, H. A. (2023). Determinants of the Selection of Accounting Conservatism in Indonesia: A Systematic Literature Review Approach. *Global Journal of Business, Economics & Social Development*, 1(2), 64–77.
- Ria, R. (2023). The Effect of Payment Accounting Information System on the Effectiveness of Internal Control. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(4), 2291–2300.
- Ria, R., & Digdowiseiso, K. (2023). Pendampingan Keberlanjutan UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi di Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 615–625.
- Ria, R., & Susilo, B. (2023). Intensi Penggunaan Teknologi Cloud Accounting Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8(1), 261–271.
- Susilo, B., & Ria, R. (2022). Trends of agency theory in accounting, financial and management research: Systematic literature review. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2).



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
