

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan merupakan salah satu solusi pendorong dalam peningkatan perekonomian melalui proses perubahan dan kreativitas agar mengatasi masalah dan memanfaatkan peluang. Kewirausahaan mampu menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan diri sendiri dan solusi salah satunya ialah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Supryanto (2005) pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan Upaya strategis untuk meningkatkan dan memperkuat keberlanjutan perekonomian masyarakat Indonesia pada umumnya, terutama melalui penciptaan lapangan kerja, pengurangan kesenjangan sosial serta penanggulangan kemiskinan.

Menurut David (2011) strategi adalah sarana dan tujuan jangka solusi yang ingin dicapai. Ekspansi geografis, tesis, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, retrenchment, divestasi, likuidasi, dan kolaborasi atau usaha patungan adalah beberapa contoh strategi bisnis. Strategi bisnis adalah Solusi yang akan membutuhkan pengambilan Solusi yang signifikan dari manajemen puncak serta sumber daya yang signifikan. Oleh karena itu, strategi adalah apa yang dilakukan seseorang untuk organisasi untuk mencapai tujuan atau tujuan yang telah ditetapkan.

Pada umumnya biaya pemasaran dianggap sebagai pengeluaran yang cukup mahal untuk bisnis UMKM, namun saat ini telah hadir media sosial yang menjadi solusi untuk pemasaran dengan biaya yang lebih rendah dan dapat

digunakan secara efektif (Hanna et.al., 2011). Selain itu, UMKM juga perlu memperhatikan faktor *interactivity* dari media sosial yaitu sejauh mana komunikasi dua atau lebih pihak komunikasi dapat bertindak satu sama lain pada media komunikasi (Liu dan Shrum, 2002) seperti fitur interaktif *replies* dan *mentions* yang dapat membantu memudahkan pelaku bisnis dalam berkomunikasi dengan konsumen (Lovejoy, Waters, dan Saxton, 2012).

Bisnis kuliner adalah usaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman, baik dalam bentuk restoran, kafe, warung, catering, atau penjualan makanan secara online. Bisnis ini berfokus pada penyajian makanan yang menarik, berkualitas, dan sesuai dengan selera pasar. Dengan inovasi produk, startegi pemasaran yang tepat, serta pelayanan yang baik, bisnis kuliner dapat berkembang dan memiliki peluang pasar yang luas.

Perkembangan UMKM di Nusa Tenggara Timur (NTT) telah menunjukkan potensi yang signifikan, khususnya dalam sektor kuliner. Daerah ini terkenal dengan keanekaragaman kuliner tradisional yang unik dan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Jumlah pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Nusa Tenggara Timur (NTT) pada tahun 2023 adalah 98.270, penyebaran UMKM di Provinsi NTT meliputi 22 kabupaten/kota yang termasuk didalamnya Kota Kupang. Jumlah UMKM di Kota Kupang pada tahun 2024 mencapai 17.606 unit Usaha. Dari jumlah tersebut 60% merupakan pelaku UMKM pemula

Tabel 1.1
Jumlah UMKM di Kota Kupang Tahun 2020-2022

Tahun	Jumlah UMKM (Unit Usaha)
2020	2.315
2021	4.173
2022	3.877

Sumber : <https://ntt.bps.go.id>

Berdasarkan pada tabel 1.1 menunjukkan jumlah UMKM di Kota Kupang dari tahun 2020 hingga 2022. Pada tahun 2020 tercatat 2.315 unit usaha, dan pada tahun 2021 tercatat 4.173 unit usaha. Namun, pada tahun 2022 jumlah UMKM turun sedikit menjadi 3.877 unit usaha. Perubahan jumlah UMKM ini menunjukkan pertumbuhan sektor UMKM di Kota Kupang bervariasi. Penurunan besar pada tahun 2021 dapat disebabkan oleh unsur-unsur luar seperti kebijakan pemerintah yang mendukung UMKM, sementara kenaikan besar pada tahun 2022 dapat disebabkan oleh tantangan ekonomi pasca-pandemi atau elemen lain yang mempengaruhi keberlanjutan usaha.

Pertumbuhan pelaku usaha UMKM Sektor Kuliner menurut Dinas Koperasi UKM Kota Kupang pada tahun 2024 berjumlah 2.588 unit yang tersebar di 6 Kecamatan dari 37 Kelurahan dan jumlah tersebut adalah yang terdaftar saja. Sedangkan jumlah UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Lasiana sebanyak 79 unit. Angka ini menunjukkan potensi yang cukup besar dalam mendorong perekonomian lokal, khususnya di sektor kuliner yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat. Selain itu, kehadiran UMKM ini juga berkontribusi

dalam menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi angka pengangguran, serta mendukung pengembangan produk-produk lokal yang memiliki daya saing di pasar. Namun, tantangan seperti akses permodalan, pemasaran, pengembangan kapasitas sumber daya manusia, dan kurangnya pemanfaatan teknologi masih menjadi kendala yang perlu mendapat perhatian khusus dari pemerintah dan berbagai pihak terkait untuk mendorong pertumbuhan UMKM yang lebih optimal (Reynaldi, 2024).

Tabel 1.2
UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Lasiana

No	Nama Pemilik	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Modal Awal (Rp)
1	Rahel	49	SMA	8.000.000-10.000.000
2	Namrot	28	SMA	10.000.000
3	Vandy	20	SMA	3.000.000
4	Marlisa	34	SMA	5.000.000-7.000.000
5	Vera	26	SMA	2.000.000
6	Fikri	22	SMA	1.000.000-2.000.000
7	Merry	30	SMA	3.000.000-5.000.000
8	Nisa	21	SMA	5.000.000
9	Sintya	32	SMA	3.000.000-5.000.000
10	Beni	29	SMA	1.000.000-2.000.000
11	Leni	42	SMA	10.000.000-15.000.000
12	Rendy	20	SMA	2.000.000
13	Yanti	29	SMA	2.000.000-4.000.000
14	Siska	33	SMA	2.000.000
15	Marly	25	SMA	2.000.000-4.000.000
16	Yoma	22	SMA	2.000.000-3.000.000
17	Enjel	20	SMK	2.000.000
18	Yanto	30	SMA	8.000.000-12.000.000
19	Sandi	40	SMA	4.000.000-5.000.000
20	Monika	36	SMK	3.000.000
21	Frans	24	SMA	2.000.000
22	Ema	32	SMK	1.000.000-2.000.000
23	Mika	36	SMA	2.000.000-3.000.000
24	Dimas	25	SMA	4.000.000
25	Marni	21	SMA	2.000.000-4.000.000
26	Febi	25	SMA	10.000.000-15.000.000

27	Ken	28	SMA	10.000.000-13.000.000
28	Winda	24	SMA	1.000.000-2.000.000
29	Bagas	26	SMA	1.500.000-3.000.000
30	Hafiz	31	SMA	1.000.000-3.000.000
31	Deni	20	SMK	1.000.000-2.000.000
32	Joko	27	SMA	5.000.000
33	Ahmad	23	SMA	7.000.000
34	Fajar	32	SMA	6.000.000
35	Ayu	28	SMA	3.000.000
36	Bella	28	SMA	3.000.000-4.000.000
37	Kamila	24	SMA	2.000.000
38	Budi	30	SMA	3.000.000
39	Aini	35	SMA	6.000.000
40	Aditya	27	SMA	2.000.000

sumber: Prapenelitian 2024

Berdasarkan pada tabel 1.2 menunjukkan informasi tentang 40 bisnis yang diklasifikasikan berdasarkan nama pemilik, usia, Pendidikan terakhir, dan modal awal bisnis. Sektor UMKM di wilayah ini didominasi oleh kelompok usia produktif, dengan mayoritas pemilik di rentang usia 20 hingga 40 tahun. Dari sisi modal awal variasi cukup besar terlihat mulai dari Rp. 1.000.000 hingga Rp. 15.000.000. modal di bawah Rp. 5.000.000 mendominasi, menunjukkan bahwa banyak usaha yang dimulai dengan dana yang terbatas. Namun, beberapa pelaku usaha seperti Leni, Febi, dan Ken mampu menginvestasikan modal yang lebih besar mencapai Rp. 10.000.000 hingga Rp. 15.000.000 yang kemungkinan memberikan peluang lebih untuk pengembangan usaha mereka. Secara keseluruhan, data ini mencerminkan potensi besar pelaku usaha muda dengan Pendidikan menengah sebagai penggerak UMKM. Dengan adanya bimbingan dan dukungan modal tambahan, UMKM di wilayah ini

berpotensi untuk lebih berkembang dan berkontribusi terhadap perekonomian local.

Peran Pemerintah dalam mendorong Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah untuk menciptakan iklim yang kondusif dan menyediakan pembiayaan bagi usaha mikro dan kecil. Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan Masyarakat harus bekerja sama untuk meningkatkan iklim dan mengembangkan usaha UMKM agar mereka dapat tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Dunia Usaha dapat memberikan hibah, menawarkan bantuan internasional, dan menawarkan sumber pembiayaan lain yang sah dan tidak mengikat untuk usaha mikro dan kecil. Pemerintah dan Pemerintah Daerah juga dapat memberikan insentif kepada dunia usaha yang menyediakan pembiayaan melalui pengurangan biaya perizinan, pengurangan biaya saran prasarana, dan insentif lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Oleh karena itu, penting untuk menyusun strategi pengembangan UMKM sektor kuliner yang komprehensif dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi langkah-langkah yang dapat dilakukan UMKM untuk mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang yang ada. Melalui usulan pengembangan tersebut, diharapkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kelurahan Lasiana tidak hanya mampu bertahan, namun juga berkembang dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, membuka lapangan kerja, serta menjaga keberlanjutan ekonomi berbasis komunitas. Di Kelurahan Lasiana, Kota Kupang, sektor kuliner berkembang secara alami seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dan kebutuhan konsumsi harian. Namun demikian, pelaku UMKM di wilayah ini masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, minimnya inovasi, rendahnya akses pasar, dan belum optimalnya dukungan teknologi digital.

Penelitian ini menjadi penting dan mendesak (urgent) dilakukan karena belum banyak kajian akademik yang secara spesifik mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi oleh pelaku UMKM kuliner di Lasiana. Selain itu, belum tersedia strategi pengembangan yang terarah dan berbasis data lapangan untuk memperkuat daya saing usaha kecil kuliner di daerah tersebut. Dengan memahami kondisi aktual dan merumuskan strategi yang relevan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah, lembaga pemberdayaan, dan pelaku usaha itu sendiri dalam mempercepat pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Gambaran dari perkembangan UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Lasiana?

2. Bagaimana Strategi Perkembangan UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Lasiana?
3. Apa saja pendukung dan penghambat dalam perkembangan UMKM Sektor Kuliner di kelurahan Lasiana?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui Gambaran dari perkembangan UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Lasiana
2. Untuk mengetahui Strategi Perkembangan UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Lasiana
3. Mengetahui factor Pendukung dan penghambat dalam perkembangan UMKM Sektor Kuliner di kelurahan Lasiana

1.4 Manfaat

1. Bagi Pemerintah Kota Kupang sebagai masukan untuk melakukan langkah strategi pengembangan UMKM.
2. Bagi Pembaca untuk mengetahui strategi pemerintah dalam pengembangan UMKM.
3. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai refrensi untuk penelitian dengan permasalahan yang sama pada objek yang berbeda.