

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia dan mempunyai peranan yang sangat penting dalam memajukan dan mendorong perekonomian suatu negara. Bagi Indonesia sendiri UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Dengan adanya UMKM di Indonesia dapat mengurangi pengangguran yang diakibatkan tidak terserapnya angkatan kerja dalam dunia kerja. Peran UMKM yang begitu penting bagi perekonomian Indonesia membuat Pemerintah Indonesia terus berupaya mendukung UMKM untuk terus maju. Dukungan Pemerintah Indonesia salah satunya berupa dukungan financial dan kelengkapan bahan baku melalui badan usaha milik negara (BUMN). (Asiva Noor Rachmayani, 2015)

Usaha Mikro, Kecil dan menengah diatur dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam Bab 1 (Ketentuan umum), Pasal 1 dari Undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Di dalam undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai asset, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan.(Rondius, 2012)

Tabel 1.1
Data UMKM di Indonesia tahun 2020

No	Nama Provinsi	Jumlah UMKM
1	Jawa Barat	1.494.723
2	Jawa Tengah	1,457,126
3	Jawa Timur	1,153,576
4	DKI Jakarta	658,365
5	Sumatra Utara	595,779
6	Banten	339,001
7	Sumatra Selatan	330,693
8	Sumatra Barat	296,052
9	Nusa Tenggara Barat	287,882
10	Lampung	285,909
11	Sulawesi Selatan	268,299
12	Riau	252,574
13	Di Yokyakarta	235,899
14	Aceh	229,101
15	Sulawesi Utara	116,666
17	Gorontalo	85,583
18	Bengkulu	83,523
19	Nusa Tenggara Timur	81,742
20	Kep.Riau	76,217
21	Kalimantan Selatan	72,113
22	Jambi	57,597
23	Kalimantan Timur	46,824
24	Bali	40,764
25	Kep.Bangka Belitung	30,770
26	Kalimantan Barat	29,813
27	Sulawesi Tengah	29,706

No	Nama Provinsi	Jumlah UMKM
28	Sulawesi Barat	20,111
29	Maluku	18,789
30	Sulawesi Tenggara	8,978
31	Kalimantan Utara	7,588
32	Kalimantan Tengah	6,606
33	Papua Barat	4,604
34	Maluku Utara	4,141
35	Papua	3,932

Sumber: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah 2022

Berdasarkan data kementerian koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah saat ini Mencapai 8,7 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,09% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah(UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian daerah. Dengan jumlah mencapai 168.002 unit pada tahun 2023, sektor ini menjadi salah satu pilar utama yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM di NTT tidak hanya berkontribusi terhadap pendapatan daerah, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Sektor UMKM di NTT mencakup berbagai jenis usaha, mulai dari pertanian, kerajinan tangan, hingga Kuliner. Namun, UMKM di NTT menghadapi berbagai tantangan seperti Akses terhadap permodalan menjadi salah satu kendala utama yang sering dihadapi pelaku usaha.

Pemerintah Provinsi NTT bersama dengan lembaga keuangan dan sektor swasta terus berupaya memberikan dukungan bagi pengembangan UMKM. Program-program pemberdayaan seperti pelatihan manajemen usaha, akses pasar melalui bazar, serta dukungan pembiayaan menjadi fokus utama untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Kegiatan-kegiatan ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

Tabel 1.2
Data UMKM di Kota Kupang
Tahun 2020-2022

Tahun	Jumlah UMKM
2020	2.315 Unit
2021	4.173 unit
2022	3.877 unit

Sumber: www.NTT.Bps.go.id

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa Data UMKM di Kota Kupang pada tahun 2022-2024 terlihat dinamika pertumbuhan UMKM yang mengalami perubahan naik Turun. Pada tahun 2020, jumlah UMKM tercatat sebanyak 2.315 unit kemudian terjadi peningkatan yang signifikan ditahun 2021 menjadi 4.173 unit, yang menunjukkan pertambahan sebesar 1.858 unit atau peningkatan sekitar 80,3%. namun di tahun 2022 jumlah UMKM mengalami penurunan menjadi 3.877 unit, yang berkurang sebanyak 296 unit dari tahun sebelumnya. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian, salah satunya adalah Usaha Kuliner.

Usaha Kuliner merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku

usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen.

Dalam konteks ini, salah satu jenis usaha kuliner yang menarik perhatian adalah usaha kuliner unik seperti *Rw Anjing* yang merupakan makanan khas di beberapa daerah tertentu.

Rw Anjing merupakan masakan khas yang terbuat dari daging anjing, biasanya diolah dengan bumbu pedas yang kaya rasa. Masyarakat menganggap daging anjing sebagai hidangan istimewa yang sering disajikan dalam acara-acara tertentu, seperti pernikahan dan perayaan adat. Meskipun demikian, keberadaan *RW* juga menimbulkan kontroversi, terutama di kalangan komunitas pecinta hewan. Diskusi mengenai konsumsi daging anjing semakin berkembang, dengan munculnya gerakan untuk mengalihkan perhatian masyarakat dari konsumsi daging anjing ke pangan lokal lainnya, serta meningkatkan kesadaran akan perlunya menjaga kesejahteraan hewan. Dalam konteks ini, *RW* bukan hanya sekadar makanan, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial dan budaya yang kompleks di tengah perubahan pandangan masyarakat terhadap hewan peliharaan dan konsumsi pangan. Minat masyarakat Kota Kupang terhadap *Rw Anjing* masih cukup tinggi, terutama di kalangan generasi tua dan kelompok yang menjunjung

tradisi lokal. Hidangan ini sering dianggap sebagai bagian dari warisan budaya yang tidak hanya menyajikan cita rasa unik, tetapi juga merepresentasikan momen kebersamaan dalam acara-acara tertentu.

Sektor UMKM dan Kuliner menjadi tulang punggung perekonomian lokal, usaha berbasis komunitas seperti usaha RW Anjing juga menunjukkan potensi dalam menciptakan ekonomi baru. Dengan pendekatan yang berbeda, usaha ini tidak hanya berfokus pada aspek komersial, tetapi juga mempertahankan kuliner lokal atau makanan khas yang memiliki nilai jual dan cita rasa. Namun, adapun kesenjangan antara kebutuhan konsumen dan ketersediaan RW Anjing, khususnya bagi masyarakat muslim yang tidak mengonsumsi daging anjing karena alasan Agama.

Dalam rencana penelitian, penulis tertarik untuk meneliti tentang usaha kuliner (RW Anjing). Usaha ini nampak sudah familiar di Kota Kupang. Makanan khas RW Anjing telah memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan perekonomian. Namun seperti apa resiliensi dan perkembangan usaha RW Anjing belum diketahui secara pasti. Untuk itu penulis tertarik untuk meneliti tentang topik ini.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran Usaha Kuliner Lokal RW Anjing di Kota Kupang?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan Usaha Kuliner Lokal RW Anjing di Kota Kupang?
3. Bagaimana strategi dalam meningkatkan peluang usaha dan menghadapi tantangan Usaha Kuliner lokal RW Anjing di Kota Kupang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran Usaha Kuliner Lokal RW Anjing di Kota Kupang
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan Usaha Kuliner Lokal di Kota Kupang
3. Untuk mengetahui Strategi dalam meningkatkan peluang usaha dan menghadapi tantang Usaha Kuliner Lokal RW Anjing di Kota Kupang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan model analisis kendala dan solusi pengembangan UMKM khususnya pada produk lokal dan memperkaya Teori ekonomi lokal dengan memberikan data empiris tentang dinamika UMKM.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bisa memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM dan kesejahteraan Masyarakat.

- b. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat memberikan bekal bagi mahasiswa untuk memasuki dunia kerja khususnya di bidang pengembangan UMKM

c. Bagi Universitas

Melalui proposal ini dapat meningkatkan reputasi Universitas sebagai Institusi yang aktif dalam pengembangan UMKM dan pengabdian kepada Masyarakat.