

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia tidak bisa didasarkan pada teknologi tinggi, tetapi harus mengandalkan industrialisasi yang dimulai dari sektor pertanian. UMKM menjadi salah satu faktor yang mendukung berhasilnya produksi pertanian. Selain itu, UMKM juga memungkinkan beragamnya jenis produk olahan yang dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian. Pengembangan UMKM adalah upaya untuk menciptakan lapangan kerja, mengurangi jumlah orang yang pengangguran, serta meningkatkan pendapatan para petani atau produsen (Soekartawi, 2001).

Pengembangan agroindustri di Indonesia sangat penting untuk mewujudkan masyarakat yang berbasis pada industri pertanian. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan dengan cara meningkatkan nilai tambah dan daya saing dari hasil pertanian. Untuk mencapai hal itu, agroindustri diarahkan untuk mengembangkan industri pengolahan skala rumah tangga dan kecil yang terintegrasi serta memiliki daya saing yang tinggi. Saat ini semakin banyak minat dan perhatian terhadap pengembangan industri kecil di pedesaan karena industri kecil dapat menciptakan lapangan kerja, memperluas kesempatan kerja, memberi pendapatan bagi masyarakat pedesaan, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah (Arifin, 2016).

Sumatera Barat adalah salah satu provinsi yang memiliki potensi besar dalam membangun industri pangan, khususnya karena kuliner Minangkabau yang sudah terkenal ditingkat nasional bahkan internasional. Masakan khas Sumatera Barat seperti rendang, dendeng, gulai, serta makanan olahan yang menggunakan bahan- bahan rempah memiliki nilai budaya dan nilai ekonomi yang tinggi. Rendang, sebagai makanan khas Minangkabau, bahkan pernah beberapa kali dinobatkan sebagai makanan terenak di dunia oleh lembaga luar negeri. Potensi ini memberi peluang besar bagi para pengusaha UMKM di Sumatera Barat untuk berkembang dengan memanfaatkan bahan pangan lokal dan menjangkau pasar yang luas.

Kota Payakumbuh menjadi salah satu daerah yang menonjol dalam pengembangan kuliner Sumatera Barat. Kota ini dikenal sebagai sentra produksi

berbagai produk pangan dari sektor UMKM. Jumlah UMKM di Payakumbuh terus meningkat setiap tahunnya. Di antara berbagai kuliner tersebut, rendang menjadi produk yang paling menonjol dan memiliki nilai ekonomi tinggi. Rendang tidak hanya dikenal sebagai makanan tradisional, tetapi juga telah menjadi simbol budaya Minangkabau yang mendunia. Popularitas rendang turut mendorong berkembangnya berbagai usaha pengolahan dan perdagangan makanan berbasis rendang di Kota Payakumbuh, sehingga sektor ini berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat (Antara, 2017).

Rendang adalah makanan khas dari Minangkabau, sebuah daerah di Sumatera Barat, Indonesia. Masakan ini dibuat dengan menggunakan bahan utama seperti daging sapi dan santan. Selain itu, rendang juga menggunakan beberapa bumbu tambahan seperti bawang merah, bawang putih, cabai merah, jahe, lengkuas, kunyit, daun salam, serai, merica, dan garam (Agnesia, *et al*, 2024). Rendang telah diakui oleh CNN Internasional 2021 sebagai salah satu hidangan paling enak didunia. Pada tanggal 17 Desember 2018, Pemerintah Kota Payakumbuh secara resmi menobatkan kota Payakumbuh sebagai “*city of rendang*”. peluncuran nama ini bertujuan untuk mengumpulkan pengrajin industri kreatif sejenis disatu tempat guna meningkatkan infrastrustur, alat, produksi, serta sarana dan prasarana yang akan digunakan oleh pengrajin, sehingga proses produksi lebih ekonomis dan kompetitif karena akan meningkatkan kualitas mutu dari produksi yang dihasilkan.

Terdapat 51 industri rendang dengan skala usaha kecil dan menengah di Kota Payakumbuh dengan hasil varian rendang yang berbeda-beda, baik rendang dengan bahan baku daging sapi maupun jenis rendang lainnya seperti rendang telur, rendang belut, dan sebagainya. Salah satu kawasan yang menjadi pusat pertumbuhan industri rendang di Payakumbuh adalah Kampung Rendang yang terletak di Jalan Tan Malaka, Kecamatan Lamposi Tigo Nagari (Lampiran 1).

Kampung Rendang adalah sentra produksi rendang dengan banyak usaha mikro kecil menengah yang terlibat dalam proses pembuatan, mulai dari skala rumah tangga hingga industri kecil menengah. Kampung Rendang mulai dibentuk pada tahun 2015 sebagai bagian dari program pengembangann ekonomi kreatif daerah. Beberapa usaha tersebut adalah rendang Yolanda, Rendang Usmai,

Rendang Erika, dan Rendang Indah. Kampung Rendang sendiri berada di Kecamatan Lampasi dan sangat dekat dengan sentra produksi telur. Awalnya, industri rumah tangga disini hanya memproduksi rendang telur, namun seiring waktu, mulai berkembang berbagai jenis rendang lainnya, seperti rendang daging, rendang suir, rendang paru, rendang belut, rendang jagung, dan juga rendang ubi (Rahmi, *et al.*, 2016).

Perkembangan kampung rendang tidak lepas dari bantuan pemerintah daerah melalui berbagai program seperti pemberdayaan UMKM, pelatihan GMP (*Good Manufacturing Practice*) dan HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) yang bertujuan untuk menjamin keamanan mutudan higienitas produk, sertifikasi halal, serta pembinaan pemasaran digital. Area ini mulai dikenal oleh masyarakat nasional sebagai tempat wisata kuliner, karena semakin banyak wisatawan yang berkunjung dan membeli produk rendang sebagai oleh-oleh. Selain itu, permintaan pasar terhadap rendang kemasan yang langsung dimakan terus bertambah seiring perubahan cara masyarakat dalam mengonsumsi makanan. Selain dukungan dari pemerintah, usaha tersebut memerlukan strategi dalam pengembangannya untuk meningkatkan daya saing terhadap usaha serupa (Afriansyah *et al.*, 2025).

Manajemen strategi adalah sekumpulan tindakan yang diambil oleh manajemen menentukan bagaimana perusahaan bekinerja dalam jangka panjang. Proses ini mencakup beberapa tahap, seperti mengamati lingkungan sekitar, mengembangkan strategi, merencanakan secara strategis atau jangka panjang, melaksanakan strategi tersebut, serta mengevaluasi dan mengendalikannya. Manajemen strategi juga focus pada pemantauan dan penilaian peluang serta ancaman dari luar, serta mengendalikann kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri. Awalnya, istilah ini disebut sebagai kebijakan bisnis, namun kini manajemen strategi mencakup perencanaan dan pengembangan strategi jangka panjang (Enny, 2017).

B. Rumusan Masalah

Kampung Rendang adalah model pengembangan ekonomi lokal yang berfokus pada pengolahan makanan khas daerah, rendang. Area ini menjadi pusat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang membantu pertumbuhan

ekonomi masyarakat dan meningkatkan nilai tambah produk olahan. Pada tahun 2015, pemerintah Kota Payakumbuh secara resmi mendirikan Kampung Rendang sebagai bagian dari program pengembangan ekonomi kreatif kota. Pembentukan wilayah ini disebabkan oleh potensi besar Payakumbuh sebagai salah satu tempat terbaik untuk menghasilkan rendang di Sumatera Barat. Selain itu, ada banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) yang bekerja di industri pengolahan rendang, tetapi mereka masih tersebar luas dan tidak terstruktur dengan baik (Hanifa *et al.*, 2025).

Adanya Kampung Rendang juga membawa lahir inovasi produk baru, seperti rendang yang tidak menggunakan daging, misalnya rendang telur atau rendang dari bahan ubi, yang membuat produk lokal semakin menarik. Berdasarkan hasil wawancara dan survey pendahuluan yang sudah dijalankan, pada Kampung Rendang ini terdapat 7 UMKM olahan rendang yang berdiri sampai tahun 2025 (Lampiran 2). Dan sampai saat ini, Kampung Rendang telah membuat 30 jenis rendang yang berbeda. Diantaranya rendang telur, daging sapi, suir daging, paru, ayam, suir ayam, ubi, suir itik, jamur basah, jamur kering, jengkol, jantung pisang, rendang belut, dll. Jumlah ini bisa bertambah karena para pengusaha kecil disana terus mencoba dan mengkreasikan menu baru dalam memproduksi rendang (Valencia, 2023).

Berdasarkan hasil survei pendahuluan, Kampung Rendang di Kota Payakumbuh menunjukkan adanya permasalahan berupa penurunan jumlah UMKM yang bergerak di bidang usaha rendang. Pada tahun 2019 jumlah usaha rendang pada kampung rendang yaitu berjumlah 10 usaha. Pada tahun 2020 terjadi peningkatan jumlah usaha rendang yang beroperasi yaitu sekitar 12 usaha. Namun pada tahun 2021 jumlah usaha rendang yang beroperasi selalu mengalami penurunan yang awalnya berjumlah 9 usaha sampai pada tahun 2025 jumlah usaha rendang di kampung rendang yang tersisa dan masih beroperasi saat ini hanya berjumlah 7 usaha (Lampiran 3). Menurut Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Payakumbuh, penurunan ini disebabkan oleh meningkatnya persaingan antar pelaku usaha di kawasan tersebut. Bentuk persaingan yang terjadi antara lain kurangnya inovasi dalam produk, seperti variasi menu yang tidak berkembang, serta strategi pemasaran yang kurang optimal. Kondisi ini menyebabkan sebagian pelaku usaha tidak mampu bertahan dalam persaingan

yang semakin ketat.

Selain faktor persaingan, penurunan jumlah UMKM juga dipengaruhi oleh permasalahan internal usaha, seperti lemahnya manajemen tenaga kerja, keterbatasan sumber daya manusia, serta tidak adanya regenerasi atau penerus usaha. Hal ini mengakibatkan berkurangnya tenaga kerja, baik dalam proses produksi maupun pengelolaan usaha. Untuk saat ini, Kampung Rendang ditopang oleh beberapa usaha utama yang tetap bertahan dan berkembang, seperti usaha Dapur Riri, Rendang Erika, dan Rendang Yolanda. Kondisi ini menunjukkan adanya ketimpangan antara jumlah pelaku usaha dan stabilitas produksi yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana potensi yang dimiliki UMKM rendang di Kampung Rendang, menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangannya dan merumuskan strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM olahan rendang di Kampung Rendang tersebut. Untuk hal tersebut, maka dilakukan penelitian tentang **“Strategi Pengembangan UMKM Rendang Di Kampung Rendang Kecamatan Lampasi Kota Payakumbuh”**.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, diperoleh pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan UMKM rendang di Kampung Rendang?
2. Bagaimana perumusan strategi yang dapat dilakukan di Kampung Rendang untuk pengembangan UMKM rendang pada Kampung Rendang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang & rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan UMKM rendang di Kampung Rendang.
2. Merumuskan perumusan strategi yang dapat dilakukan di Kampung Rendang untuk pengembangan UMKM rendang pada Kampung Rendang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan baik bagi pemerintah maupun pemilik usaha dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif, terutama dalam bidang yang terkait dengan penelitian.
2. Penelitian ini diharapkan dapat mendorong penguatan UMKM daerah dalam menghadapi masalah persaingan industri kuliner.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman mahasiswa serta dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama dikemudian hari.

