

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

(Seperti yang diungkapkan Departemen Koperasi tahun 2008) UMKM merupakan industri di Indonesia yang berhasil melewati krisis keuangan tahun 1998, sedangkan industri besar justru mengalami kebangkrutan akibat krisis tersebut. Para pelaku di sektor perekonomian kini menempati posisi yang berbeda-beda akibat krisis ini. Suku bunga pinjaman yang tinggi membuat banyak perusahaan tidak dapat tetap beroperasi. Berbeda dengan UMKM yang mayoritas tetap eksis bahkan berkembang.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyumbang 96,9% dari Total Penyerapan Tenaga Kerja Nasional dan memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB, dengan rasio sebesar 60,5%. Dengan 65,5 juta UMKM pada tahun 2021, Indonesia termasuk negara ASEAN dengan jumlah UMKM tertinggi, dan jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat di tahun-tahun mendatang.

BPPOM (2022) Menyatakan UMKM mempunyai beberapa bidang antara lain Kuliner, Busana, Kerajinan, dan bidang lainnya. Salah satu jenis UMKM yang bernilai tinggi dalam analisis perekonomian daerah adalah industri kuliner yang merupakan bidang yang paling banyak diminati para pelaku usaha. Sebab, memasak mungkin bisa dilakukan dengan sedikit uang. Berdasarkan data, 70% UMKM di Indonesia bergerak di sektor makanan dan manufaktur, dengan 99,5% dari keseluruhan sektor manufaktur terdiri dari usaha kecil, menengah, dan besar.

Sebagaimana diungkapkan oleh K. P. Indonesia pada tahun 2022 Industri makanan dan minuman termasuk di antara sedikit industri yang mengalami pertumbuhan relatif lambat dalam hal tenaga kerja non-migrasi. Pada triwulan I tahun 2022, industri makanan dan minuman menyumbang lebih dari separuh, atau sekitar 37,77%, dari total sektor perekonomian

non-migrasi. Surabaya adalah ibu kota dari Jawa Timur, yang mana dalam hal ini perekonomian Surabaya menduduki peringkat sangat tinggi. Surabaya sendiri memiliki tren pertumbuhan ekonomi yang sangat positif. salah satunya yakni adanya Usaha Mikro Kecil Menengah yang tersebar disegala penjuru kota Surabaya. Adanya UMKM ini sebagai penopang perekonomian bagi kota Surabaya sebesar 98%, sisanya yakni dari perusahaan-perusahaan besar.

UMKM adalah singkatan dari usaha mikro kecil dan menengah. Sesuai dengan UU nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM menyebutkan bahwa kriteria usaha mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000. Koperasi dan UMKM Kota Surabaya merupakan peranan penting dalam pembangunan ekonomi lokal. Salah satu bagian penting dari perekonomian daerah yang ada di Surabaya yakni adanya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). UMKM ini merupakan salah satu kelompok perekonomian di kota Surabaya.

Menurut li & Umkm, 2008, UMKM merupakan badan usaha perorangan yang terdiri dari usaha mikro, kecil dan menengah. UMKM sendiri memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap peningkatan ekspor, peningkatan dan pemerataan pendapatan, pembentukan produk nasional serta perluasan kesempatan kerja. Wujud kehidupan ekonomi di Indonesia karena usaha kecil. Sehingga UMKM ini tidak bisa dipisahkan dari pertumbuhan ekonomi secara nasional.

Dalam menumbuhkan perekonomian nasional diperlukan peranan industri kecil dan menengah sesuai yang ditetapkan Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam Undang-Undang ini mengatur bahwa pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu dilaksanakan secara menyeluruh, optimal dan

berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan yang seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Dari tahun-ketahun perkembangan UMKM di Kota Surabaya mengalami perkembangan yang cukup pesat. Terbukti data yang dapat disajikan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1 UMKM

TAHUN	JUMLAH ORANG YANG MEMPUNYAI UMKM	UMKM
2015	27.926	25.353
2016	28.391	25.147
2017	28.759	26.037
2018	29.507	26.800

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya

Dari tabel data 1 menurut Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah disebutkan UMKM di Surabaya sebanyak 29.507 usaha. Dalam perkembangan UMKM tidak bisa lepas dari peran pemerintah, salah satunya yakni Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Surabaya yang memiliki peran yang sangat penting.

Akan tetapi dalam penerapannya ditemukan permasalahan terkait yang dialami oleh UKM antara lain (1) kurang permodalan, (2) kesulitan dalam pemasaran, (3) persaingan usaha yang ketat, (4) kesulitan bahan baku, (5) kurang teknis produksi keahlian, (6) kurang ketrampilan manajerial, (7) kurang manajemen keuangan, (8) iklim usaha (perizinan, aturan perundang-undangan) yang kurang kondusi. Menurut Kuncoro, UKM erlu diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah dan pengusaha mikro menjadi usaha kecil. Namun tantangan UKM juga masih terjadi seperti kendala

kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, informasi pemasaran dan pencatatan keuangan.

Pengembangan usaha kecil sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah strategi yang perlu ditindak lanjuti dengan langkah nyata. Usaha kebab di Ploso Baru tidak lepas dari usaha yang keras di bidang pemasaran. Usaha kebab di Ploso Baru tidak lepas dari usaha yang keras di bidang pemasaran. Usaha kebab di Ploso Baru telah menjalankan proses pemasaran dalam menjual barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen atau pembeli. Namun kadang-kadang proses pemasaran tersebut dilakukan hanya berdasarkan kebiasaan saja, Sehingga sering terjadi keadaan dimana seorang penjual kalah bersaing dengan penjual yang lain dengan barang dagangan yang sama. Salah satu penyebabnya, mereka yang menang dalam merebut hati pembeli adalah mereka yang merencanakan proses menjual barangnya dengan matang, dengan menggunakan dasar-dasar pemasaran yang baik.

Usaha Zam – zam kebab merupakan usaha rumahan yang menjual berbagai macam kebab hasil produksi. Usaha zam – zam kebab ini sudah berjalan kurang lebih selama 8 tahun. Setiap bulan usaha ini terus maju dan berkembang. Sistem agribisnis dalam pengelolaan usaha ini mulai dari produksi sampai dengan pemasaran. Sekarang usaha zam -zam kebab telah banyak dikenal orang selain rasanya enak nya isi kebabnya sendiri tidak pelit dan full daging sesuai dari pesanan konsumen dan juga harganya terjangkau oleh kalangan menengah. Usaha zam – zam kebab awal mulanya hanya memasarkan produknya dari tetangga dekat rumah, teman kerja dan lingkungan sekitar. Untuk mengenalkan produk ke masyarakat pengusaha melakukan bagi-bagi produk ke saudara-saudara, dan tetangga yang ada disekitar.

Usaha Zam – zam kebab adalah kebab yang proses pembuatannya tanpa menggunakan zat pengawet, sehingga produk yang dijual tidak dapat bertahan lama dan hanya bisa bertahan dalam waktu 3 hari. Usaha zam – zam kebab ini berada di Ploso Baru kecamatan yang terletak di bagian sebelah timur. Wilayah ini sangat menjadi pusat kulineran di bagian Surabaya timur.

Di daerah Surabaya timur menjadi pusat kulineran sehingga wilayah ini juga merupakan lahan yang baik buat berkembangnya industri-industri menengah dan terlebih lagi usaha rumahan berskala mikro. Adapun prinsip dan tujuan dari UMKM sendiri, penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan usaha mikro, kecil, dan menengah untuk berkarya dengan prakasa sendiri, perwujudan kebijakan public yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan, pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi usaha mikro, kecil, menengah, peningkatan daya saing Usaha mikro, kecil, dan menengah, penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Usaha Zam – zam kebab adalah usaha yang dijalankan oleh Ibu Hana Aini dengan karyawan sebanyak 4 orang dan mampu melakukan produksi sebanyak 1.500 biji perharinya dengan berbagai macam menu seperti, kebab daging sapi, kebab daging ayam, kebab daging kambing, dan kebab sosis. Masalah yang dihadapi oleh usaha zam – zam kebab adalah bagaimana strategi pengembangan dari UMKM ini yang mengalami penerunan dari persaingan pasar, waktu yang terbatas, perputaran uang yang terbatas dan selera konsumen yang berpengaruh terhadap permintaan. Berdasarkan latar belakang yang uraikan di atas maka penelitian ini tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan UMKM Zam – Zam Kebab di Ploso Baru 104F.

1.2 Rumusan Masalah

Berkaitan latar belakang yang sudah dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dalam pengembangan usaha Zam – zam kebab di Ploso baru?
2. Bagaimana faktor – faktor penghambat dalam pengembangan usaha Zam – zam kebab di Ploso baru?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Zam – zam kebab di Ploso baru 104-F.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dalam pengembangan usaha Zam–zam kebab.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

Adapun manfaat penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut.

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat mengembangkan kajian sosiologi terkait dengan Strategi Pemembangan Usaha Zam – zam Kebab di Ploso Baru.
2. Penelitian ini digunakan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan pengetahuan terhadap masalah yang dihadapi secara nyata dalam dengan Strategi Pemembangan Usaha Zam – zam Kebab di Ploso Baru.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang Strategi Pemembangan Usaha Zam – zam Kebab di Ploso Baru.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai penerapan atau implementasi dari referensi-referensi penelitian yang terdapat dalam penelitian ini bagi masyarakat Ploso Baru khususnya dan masyarakat umum secara luas.

1.5 Definisi Konsep

1.5.1 Strategi Pengembangan

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.

Menurut Anoraga, 2007:66 Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah

usaha besar. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan franchising. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan usaha dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Glos, Steade dan Lawry menyatakan bahwa pengembangan usaha adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang masuk dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka. Jadi kesimpulannya pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang besar terutama di bidang teknologi industri, pengembangan usaha adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain

a. Strategi Pengembangan Usaha

Rangkuti, 2009:4 Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan usahanya dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Adapun strategi pengembangan usaha:

1. Peningkatan Skala Ekonomis

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha (Suryana, 2006:156). Ini dilakukan bilaperluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala

ekonomis (*economics of scale*). Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha (*economics of scope*). Skala ekonomi menunjukkan pengurangan biaya usaha akibat kenaikan *output*, maka kurva pengalaman atau kurva belajar (*learning curve*) menunjukkan pengurangan biaya yang muncul akibat kenaikan volume secara kumulatif.

2. Perluas Cakupan Usaha

Suryana, 2006:156 Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda. Misalnya, usaha jasa angkutan kota diperluas dengan usaha jasa bus pariwisata, usaha jasa pendidikan diperluas dengan usaha jasa pelatihan dan kursus-kursus. Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Perluasan cakupan usaha ini bisa dilakukan apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup. Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing-masing jenis produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Untuk memperluas skala ekonomi atau cukup, lingkup ekonomi, bila pengetahuan usaha dan permodalan yang cukup, wirausaha bisa melakukan kerjasama

dengan perusahaan lain melalui usaha patungan (*joint venture*), atau kerjasama manajemen melalui sistem kemitraan.

b. Faktor – factor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha kecil menengah agar mampu berdaya saing tinggi harus dilihat dari kondisi usaha kecil menengah saat ini. Daya saing ditentukan oleh kemampuan SDM untuk memproduksi kualitas barang, harga, desain dan faktor lingkungan yang memberikan faktor kondusif agar usaha kecil menengah mampu bersaing secara ketat. Saingan atau kompetitor usaha kecil menengah di Provinsi Sumatera Utara menurut permasalahan di atas adalah maraknya produk-produk luar negeri seperti pakaian jadi baik yang baru maupun yang bekas, yang mendapat respon meningkat dari masyarakat karena kualitas, harga terjangkau dan desain yang disenangi. Untuk mengimbangi produk tersebut perlu ditingkatkan kemampuan usaha kecil menengah agar usaha kecil menengah dapat atau mampu memproduksi bahan-bahan yang dibutuhkan tersebut. Karena persyaratan globalisasi adalah mutu, disain, efisiensi yang tinggi sehingga harga terjangkau masyarakat. Menurut Irfan Syauqi Beik (2016:132) faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha terdiri dari faktor internal dan eksternal, yaitu: (1) kemampuan diri untuk memproduksi kualitas barang, (2) total penjualan, (3) harga, (4) modal usaha, (5) desain, (6) kemampuan bersaing, (7) kemampuan memilih jenis usaha. Sedangkan faktor eksternal yang diduga mempengaruhi adalah (1) kran impor yang harus dibatasi, (2) harga bahan baku, (3) biaya transportasi, (4) jumlah pembeli, (5) ongkos produksi, (6) teknologi peralatan, (7) daerah pemasaran dan diversifikasi produk.

c. Indikator Pengembangan Usaha

Menurut Putri dkk (2016) Beberapa indikator dalam menentukan pengembangan usaha sebagai berikut:

1. Motif merubah keadaan Salah satu motivasi yang paling dibutuhkan pelaku usaha yaitu keinginannya untuk terus belajar serta menambah keterampilan.
2. Peluang untuk berkembang Adanya peluang atau kesempatan untuk berkembang, diimbangi dengan kerja keras pelaku usaha mikro, kecil dan menengah untuk mengembangkan usaha.
3. Tingkat kebutuhan pembinaan pihak luar Tingkat kebutuhan pembinaan pihak luar dapat diketahui dengan cara sampai mana usaha tersebut berjalan, apakah merintis usaha baru, membeli perusahaan dari orang lain atau kerjasama manajemen.

Masing-masing memiliki tingkat kebutuhan pembinaan yang berbedabeda, untuk merintis usaha baru perlu adanya kemampuan pemasaran, kemampuan finansial dan lain sebagian

1.5.2 Umkm

A. (Tambunan, 2012) UMKM dalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan pondasi dasar perekonomian kerakyatan. Hal ini dikarenakan UMKM ini dapat dijalankan oleh setiap individu tanpa perlu menggunakan modal yang besar sehingga bagi siapapun yang ingin menjalakan UMKM dapat membantu penyerapan tenaga kerja khususnya bagi pelaku usaha itu sendiri sehingga akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan masyarakat dan meningkatkan taraf hidup dengan berkurangnya pengangguran yang ada. Berdasarkan undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM, dinyatakan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perseorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam undang-undang tersebut. Melihat dari kepentingan perbankan, usaha mikro adalah suatu segmen pasar yang cukup potensial untuk dilayani dalam upaya meningkatkan fungsi intermediasi-nya karena usaha mikro mempunyai karakteristik positif dan unik yang tidak selalu dimiliki oleh usaha non mikro, antara lain:

1. Perputaran usaha (turn off) cukup tinggi, kemampuan menyerap dana yang tinggi dan dalam situasi krisis ekonomi kegiatan usaha masih tetap berjalan bahkan terus berkembang.
2. Tidak sensitif terhadap suku bunga.
3. Tetap berkembang walaupun dalam keadaan krisis moneter.
4. Pada umumnya berkarakter jujur, ulet, lugu dan dapat menerima bimbingan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

B. Menurut Bank Indonesia, Usaha Kecil dan Menengah adalah perusahaan industri dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. Memiliki modal kurang dari Rp. 20 juta.
- b. Untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp. 5juta.
- c. Suatu perusahaan atau perseorangan yang mempunyai total asset maksimal Rp. 600 juta tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati.

C. Menurut Badan Pusat Statistik, kriteria UMKM adalah:

- a. Usaha mikro : Memiliki 1 - 4 orang tenaga kerja
- b. Usaha kecil : Memiliki 5 - 19 orang tenaga kerja
- c. Usaha menengah : Memiliki 20 – 99 orang tenaga kerja
- d. Usaha besar : Memiliki diatas 99 orang tenaga kerja

Tabel 2 : Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria Asset	Kriteria Omset
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2.	Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 Juta-2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	>500 Juta-10 Miliar	>2,5 Miliar-50 Miliar

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012

1.5.3 Kebab

Secara etimologi kata kebab berasal dari bahasa Arab: kabab (كباب) yang awalnya berarti daging goreng, bukan daging panggang/bakar. Kata kabab kemungkinan berasal dari bahasa Aram: כבבא kabbābā yang mungkin berasal dari bahasa Akkadia: kabābu yang berarti "bakar, panggang". Pada abad ke-14, kebab menjadi sinonim dengan tabahajah, hidangan berupa potongan daging goreng dalam bahasa Persia. Dalam buku-buku berbahasa Turki, istilah kebab sering dipakai untuk bola-bola daging yang dibuat dari daging ayam atau daging domba cincang. Lebih lanjut dalam Wikipedia Indonesia dijelaskan bahwa istilah kebab baru berarti hidangan daging panggang (shish kebab) sejak zaman Kesultanan Utsmaniyah, namun masih ada istilah lain yang lebih kuno untuk daging panggang, yakni shiwa` (شاوش) asal bahasa Arab. Walaupun demikian, kebab masih dipakai dalam pengertian aslinya dalam berbagai hidangan seperti semur, misalnya tas kebab (kebab dalam mangkuk) dari Turki. Dalam masakan Mesir ada hidangan semur daging sapi dan bawang Bombay yang disebut kebab halla.

Di negeri asalnya, kebab sudah dikenal sebelum adanya kerajaan *ottoman* sepanjang tahun 1301-1922. Ia dikenal dengan nama *shish kebab*. *Shish* merupakan bahasa Turki yang artinya pedang dan kebab yang artinya daging. Secara bentuk, ia sama seperti menu yang ada di Indonesia, yaitu satei. Ketika kebab "menjelajahi" daerah Yunani, menu ini pun mengalami adaptasi. Susunan shish kebab tidak hanya daging kambing atau domba saja. Masyarakat Yunani memakannya dengan penambahan bawang bombai, tomat, dan paprika yang disusun dan dipanggang bersama daging.

Salah satu hal yang membuat kata Turki ikut menyertai menu kebab Turki adalah kepopuleran pemanggang daging vertikal dan berputar yang menjadi ciri khas proses memasaknya. Pemanggang ini pertama kali dibuat oleh pekerja imigran Turki bernama Kadir Nurman pada tahun 1972 di Berlin. Sebelumnya, menu kebab ini dan disajikan dengan nasi.

Namun saat itu, Nurman menginginkan menu ini disajikan lebih ringkas sehingga mudah dibawa. Kemudian ia pun membungkus daging dan sayuran itu menggunakan sejenis roti pipih berbentuk lingkaran yang lebar sebagai pengganti nasi.

Ternyata, tidak hanya Kadir Nurman yang mengklaim telah membuat pemanggang *doner* pertama. Orang lain itu bernama Nevzat Salim asal Turki. Ia mengaku sudah membuatnya pemanggang *doner* pada tahun 1969. Ada pula Mehmed Aygun yang mengaku sudah membuatnya tahun 1971. *Kebab* memiliki arti daging goreng dan berakar kata dari bahasa Arab, “*Kabab*”. Istilah ini digunakan untuk menjelaskan sajian berupa potongan-potongan daging yang digoreng di Persia. Di Mesir, ada juga makanan sejenis semur daging sapi dengan campuran bawang bombai bernama *kebab halla*.

Seiring berlalunya zaman, *kebab* mengalami perubahan pola pengolahan dari goreng ke panggang. Ia juga menyesuaikan dengan budaya dan kebiasaan berbagai negara di dunia. Selain daging kambing dan domba, *kebab* juga kini dimodifikasi dengan daging sapi, ayam, ikan, dan kerang. Bentuk *kebab* pun ada yang hanya seperti roti lipat ataupun digulung sehingga berbentuk seperti tabung. Daging dalam roti pun banyak variasinya, misalnya saja dengan daging cincang yang dibentuk seperti perkedel dan tampak seperti *burger*.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah menafsirkan serta menggambarkan keadaan sesuai dengan kenyataan yang sudah diperoleh. Pada penelitian kualitatif, diharapkan peneliti mempunyai lebih banyak keluasan dalam menyusun, mendeskripsikan, dan menganalisis hasil catatan data–data lapangan secara subjektif (Sugiyono, 2010 : 54).

1.6.1 Jenis Penelitian

Moleong, 2007;6, Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara keseluruhan, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Pada jenis penelitian ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai (Moleong, 2007).

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif fenomenologi. Pendekatan kualitatif ini memiliki relasi yang kuat terkait kehidupan yang ada sehari-hari serta dunia intersubjektif atau dunia kehidupan partisipan. Studi fenomenologi dalam hal ini berusaha menyingkap fenomena pengalaman yang dalam hal ini dilandasi dengan kesadaran yang mana dialami oleh beberapa individu. Fenomenologi ini dilaksanakan dalam situasi yang terjadi, yang mana menimbulkan konsekuensi bahwa tidak terdapat berbagai batasan untuk memberikan suatu pemikiran atau pemahaman terkait fenomena yang dikaji serta peneliti dalam hal ini mendapatkan kebebasan untuk menganalisa data yang didapatkan.

Dalam konteks penelitian kualitatif, kehadiran suatu fenomena dapat dimaknai sebagai sesuatu yang ada dan muncul dalam kesadaran peneliti dengan menggunakan cara serta penjelasan tertentu bagaimana proses sesuatu menjadi terlihat jelas dan nyata. Pada penelitian fenomenologi lebih mengutamakan pada mencari, mempelajari dan menyampaikan arti

fenomena, peristiwa yang terjadi dan hubungannya dengan orang-orang biasa dalam situasi tertentu (Eko Sugiarto, 2015:13).

Alasan peneliti menggunakan jenis fenomenologi ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM Zam-Zam kebab di Ploso Baru 104F. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi

1.6.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian, terutama sekali dalam menangkap fenomena atau penelitian yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Ploso Baru Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya.

1.6.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu pemilihan subjek penelitian dengan cara sengaja oleh peneliti berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu (Sanapiah Faisal, 2007: 67). Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Penentuan subjek berjumlah tiga orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan UMKM Zam-Zam Kebab di Ploso Baru 104F. Maka sangat jelas diperlukanya subjek penelitian yang mampu memenuhi kriteria yang dapat mengungkapkan hal diatas sehingga memungkinkan data dapat diperoleh. Kriteria subjek ini adalah sebagai berikut :

- a) Laki – laki atau Perempuan
- b) Bekerja di Zam-zam Kebab
- c) Berdomisili di Surabaya

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan suatu penyelidikan yang dilakukan secara sengaja sistematis dengan menggunakan indera terhadap beberapa peristiwa yang terjadi atau berlangsung ditangkap pada waktu peristiwa tersebut terjadi (Narbuco Cholid, 2008). Metode observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Dalam arti yang luas, observasi sebenarnya tidak hanya terbatas pada pengamatan yang dilaksanakan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Metode observasi diartikan sebagai pengamatan, pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Pengamatan (observasi) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian (Sutrisno, 2004). Dari pengertian diatas metode observasi dapat dimaksudkan suatu cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap berita atau peristiwa yang ada di lapangan. Dari pengertian diatas metode observasi dapat dimaksudkan suatu cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi atau peristiwa yang ada di lapangan.

Secara teknis pada penelitian yang dilakukan ini, penelitian akan datang ke Zam-zam Kebab di Ploso Baru 104F yang di sana akan melihat secara langsung bagaimana tahapan awal yaitu proses produksi kebab sampai ke proses pemasarannya. Tujuan dari observasi ini adalah

untuk mendeskripsikan kegiatan apa saja yang terjadi, orang yang terlibat dalam produksi tersebut dan waktu produksi.

2. Metode Wawancara

Esterberg (2002) mendefinisikan interview sebagai berikut : *“a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic”*. Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang atau untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon (Sugiyono, 2011).

Langkah-langkah peneliti dalam melakukan wawancara adalah dengan cara menetapkan kepada siapa wawancara itu akan dilakukan, menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan, menulis hasil wawancara kedalam catatan lapangan, mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh. Wawancara yang peneliti lakukan adalah wawancara dengan pegawai dan pemilik dari Zam-zam Kebab.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan keterangan dan bukti dalam adanya sebuah penelitian. Peneliti menggunakan metode dokumentasi tertulis maupun rekaman kejadian dalam bentuk foto maupun video. Untuk menjawab rumusan masalah penelitian, peneliti membuat pedoman studi dokumentasi untuk memandu peneliti dalam mengambil

dokumen yang dibutuhkan. Pada penelitian ini peneliti akan melakukan dokumentasi mengambil foto saat pengemis melakukan kegiatan mengemis secara langsung di lokasi penelitian. Selain itu penulis juga melakukan pengambilan foto dari *website*.

1.6.5 Sumber Data

Penelitian ini terdapat dua sumber data yang digunakan untuk menyediakan informasi, yaitu sumber data primer dan sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer. Sugiyono (2018:456)

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

1.6.6 Metode Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Miles & Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan leluasa dan kedalaman wawasan yang tinggi. Selain itu, mereduksi data merupakan kegiatan

merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Data yang direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas, dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Pada teknik ini peneliti merangkum, memilih dan mencatat data yang penting yang diperoleh dari lapangan. Data yang diperoleh berasal dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada para informan (Sugiyono, 2018)

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah pemaparan data sebagai sekumpulan informasi tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono, 2018). Pada tahap ini peneliti menyajikan data yang berasal dari hasil wawancara yang sudah direduksi dalam bentuk teks. Data disajikan pada deskripsi data dan temuan hasil penelitian.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Kesimpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian. Kesimpulan awal yang ditemukan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya (Gunawan, 2013).

1.6.7 Metode Validasi Data

Dalam metode validitas data peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik untuk melakukan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Burhan Bungin, 2011). Dengan teknik triangulasi ini memungkinkan diperoleh variasi informasi seluas-luasnya atau selengkap-lengkapnyanya. Triangulasi dibagi ke tiga (3) jenis, antara lain:

- 1) Triangulasi sumber, yaitu digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah dianalisis oleh peneliti menghasilkan suatu kesimpulan, selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan sumber data (Sugiyono, 2016: 127).
- 2) Triangulasi teknik, berarti menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak (Sugiyono, 2012:327).
- 3) Triangulasi waktu yaitu menguji kredibilitas dengan cara melakukan pengecekan dengan observasi, wawancara, atau teknik lain dalam waktu atau situasi berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai menemukan kepastian data (Sugiyono, 2008).

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek informasi atau data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan. Kemudian data tersebut ditanyakan kepada informan lain yang masih terkait satu sama lain. Penggunaan metode triangulasi ini dilakukan untuk mendapatkan jawaban yang lebih jelas.

