

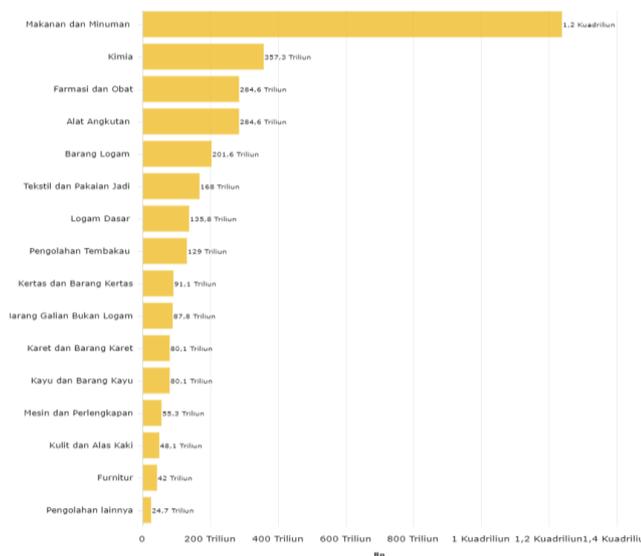
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era digital saat ini, keberhasilan usaha di berbagai sektor tidak dapat dipisahkan dari peran teknologi. Salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam era digital adalah industri kuliner. Keberhasilan ini sangat terkait dengan adopsi teknologi dalam bentuk platform aplikasi pemesanan dan pengantaran makanan secara daring. Fenomena ini telah memberikan dorongan kuat bagi pertumbuhan industri kuliner di Indonesia, yang tercermin dalam peningkatan profitabilitas bisnis kuliner.

Kehadiran platform aplikasi pemesanan dan pengantaran makanan secara daring dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak signifikan bagi industri kuliner. Ini berfungsi sebagai jembatan antara konsumen dan penyedia makanan, menyediakan kemudahan dalam memesan dan mengantarkan makanan secara efisien. Dampaknya terlihat dalam peningkatan bisnis kuliner di Indonesia, yang juga tercermin dalam data dan laporan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif



Gambar 1. 1 Grafik Kontributor Terbesar PDB Sektor Industri Tahun 2022

Sumber: Badan Pusat Statistik Melalui Databoks Tahun 2023

Dalam laporan pada gambar 1.1, terungkap bahwa industri makanan dan minuman menyumbang proporsi yang besar terhadap PDB ekonomi kreatif Indonesia, yaitu sekitar 41,5% pada tahun 2021. Pertumbuhan ini berlanjut dengan kenaikan 4,90% pada tahun 2022, menunjukkan bahwa subsektor kuliner memainkan peran yang signifikan dalam ekonomi kreatif. Ini menjadi faktor yang mengindikasikan potensi besar bagi perkembangan industri kuliner di Indonesia.

Gaya hidup yang beragam dari masyarakat juga memainkan peran penting dalam perkembangan industri kuliner. Contoh tren seperti Suki and Grill serta Warmino menunjukkan bagaimana inovasi dalam penyajian makanan dan pengalaman konsumen dapat menghasilkan kesuksesan. Selain itu, munculnya menu makanan baru yang menjadi viral mendorong minat konsumen untuk mencobanya, bukan hanya sebagai komoditas konsumsi semata, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup.

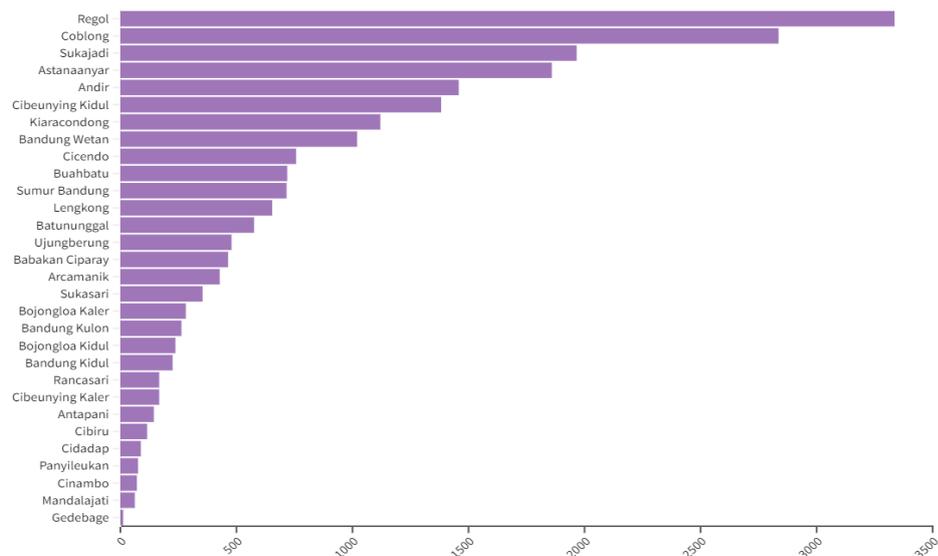
Kehadiran media sosial juga memperkuat dampak ini. Pengaruh *influencer* dan *food vlogger* berkontribusi dalam mempromosikan berbagai tempat makan dengan cara yang lebih luas dan lebih kreatif. Ini menghasilkan paparan promosi yang lebih besar bagi industri kuliner, tanpa batasan jarak atau ruang.

Pengembangan transaksi digital, seperti adanya portal pembayaran seperti Gopay, Ovo, Dana, dan LinkAja, membentuk cara masyarakat berinteraksi dengan industri kuliner. Transaksi digital memungkinkan pengguna untuk dengan mudah memesan makanan, memilih restoran, dan mendapatkan promo, yang semuanya meningkatkan keterlibatan masyarakat dengan industri kuliner. Dampaknya adalah perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan makanan.

Pariwisata juga berperan penting dalam mengangkat industri kuliner. Ketika wisatawan lokal maupun internasional mengunjungi berbagai destinasi wisata di Indonesia, pertukaran informasi budaya juga terjadi. Pariwisata bukan

hanya tentang keindahan alam, tetapi juga melibatkan pengalaman kuliner lokal yang menjadi daya tarik tersendiri.

Salah satu contoh nyata adalah Kota Bandung. Berbagai event kuliner di kota ini, seperti Festival Keuken, telah menjadi momen untuk mempromosikan sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Bandung. Keberagaman kuliner Nusantara di kota ini menjadi potensi untuk pertumbuhan ekonomi, terutama setelah dampak pandemi Covid-19.



Gambar 1. 2 Data UMKM dan PKL per Kecamatan Kota Bandung 2021

Sumber: Diskop UMKM Kota Bandung 2021

Menurut pernyataan Kepala Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung, terjadi peningkatan jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di berbagai sektor, termasuk sektor kuliner di Kota Bandung selama dan setelah pandemi Covid-19. Sebelum pandemi, Jalan Lengkong Kecil hanya merupakan jalan biasa yang dilewati kendaraan, dan pada saat itu jalan tersebut relatif sepi meskipun terdapat beberapa kafe dan restoran di sekitarnya. Namun, saat ini, Jalan Lengkong Kecil telah berubah menjadi pusat wisata kuliner yang ramai seperti Jalan Dipatiukur, bahkan telah hadir juga hiburan musik live yang ikut meramaikan *Lengkong Culinary Night*.

Tentu dengan meningkatnya jumlah UMKM kuliner di kota Bandung ini menjadi pendongkrak untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Jika tidak

adanya inovasi dan kreativitas para pelaku usaha akan kesulitan dalam menjalankan usaha mereka, sehingga banyak juga yang gagal dalam menjalankan usaha, dan pada akhirnya ini akan berakibat terhadap penurunan jumlah UMKM yang juga berimbas pada pendapatan Negara. Kepala KUMKM Kota Bandung menyediakan fasilitas kepada para pelaku usaha yaitu pendampingan usaha oleh BDC (*Business Development Center*). Adapun yang dilakukan dalam pendampingan adalah pengetahuan Kewirausahaan dan Inovasi. Menurut hasil kesimpulan pendampingan yang dilakukan seorang pemilik Keripik Pisang awalnya hanya memproduksi hanya 1 varian rasa. Namun dengan berkembangnya usaha kini ada sejumlah varian. Seiring bertambahnya varian rasa, bertambah juga persentase penjualan Keripik Pisang tersebut.

Sebelum adanya *Lengkong Culinary Night* peminat kuliner di daerah tersebut sangatlah sepi. Menurut salah satu pelaku usaha yang sudah beroperasi sejak tahun 2019, pengunjung yang datang sebelum adanya *Streetfood* tersebut hanyalah 50% dari total pengunjung pada saat ini. Namun, pada tahun 2023 semakin banyak dan bertambah pesat pelaku usaha yang berada di kawasan *Lengkong Culinary Night*. Berdasarkan observasi oleh peneliti bertambah dua kawasan kuliner, yaitu Pasar Kreatif Jawa Barat dan *Cikuray foodstreet* sebagai tantangan untuk para pelaku usaha yang berada di kawasan *Lengkong Culinary Night*.

*Tabel 1. 1 Jumlah Pelaku Usaha Berdasarkan Wilayah*

<b>Kawasan</b>	<b>Jumlah Pelaku Usaha</b>	<b>Tahun Berdiri</b>
Cibadak	117	<2020
Sudirman	87	<2020
Dipati Ukur	163	<2020
Cisangkuy	31	<2020
<b>Lengkong Kecil</b>	<b>167</b>	<b>2020</b>

Sumber: Hasil observasi penelitian, 2023

Menurut Suyadi dkk, (2018) menyebutkan bahwa tingginya tingkat persaingan sesama pelaku usaha dapat menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil dan menengah. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada salah satu pelaku usaha *dessert*, beranggapan sebagai berikut:

*“Pada awal berjualan disini sangat ramai pengunjung, mungkin karena baru buka juga dan saat itu para pelaku usaha tidak sebanyak sekarang, karena memang disini diperbolehkan setiap pelaku usaha memiliki produk yang sama atau sejenis dengan pelaku usaha lainnya”*

Pada penelitian yang dilakukan (Hendrayati & Gaffar, 2016) Dalam dunia bisnis fashion, inovasi dari pelaku usaha wanita (*womenpreneur*) memiliki pengaruh positif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha wanita (*womenpreneur*) tidak sepenuhnya mengerti pentingnya memiliki produk asli yang unik (inovasi). Dampaknya terlihat pada kinerja pemasaran, penjualan, serta pertumbuhan pelanggan yang mengalami penurunan.

Penelitian lain oleh Shepherd & Patzelt (2011) menggambarkan bagaimana perusahaan mampu bertahan dalam bisnis. Faktor-faktor seperti lingkungan, produk, dan layanan yang terus ditingkatkan menjadi kunci kelangsungan mereka. Dalam pasar kuliner yang terus berkembang, pendekatan segar dan kreatif menjadi penting untuk menarik minat konsumen serta menjaga daya saing.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki arti besar dalam membantu pelaku usaha di *Lengkong Culinary Night* dan bahkan seluruh sektor kuliner beradaptasi dan tumbuh dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan penting untuk perkembangan ilmu dan solusi dalam inovasi dan kreativitas bagi para pelaku usaha *Streetfood*.

Temuan dan analisis dari penelitian ini memberikan pandangan mendalam tentang strategi inovatif dalam bisnis kuliner. Hal ini membuka peluang baru untuk bersaing di *Lengkong Culinary Night* dan sektor kuliner secara keseluruhan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan

panduan kepada pelaku usaha dalam meningkatkan mutu produk, layanan, dan pengalaman pelanggan melalui pendekatan inovatif dan kreatif.

Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui **Pengaruh antara Inovasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha**. Bisnis yang berkelanjutan harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan perubahan lingkungan, serta mengikuti tren konsumen yang terus berubah. Kemampuan untuk berinovasi, beradaptasi, dan mengikuti pergerakan pasar adalah kunci untuk bertahan dan bersaing di era bisnis yang dinamis saat ini.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini mengacu pada uraian latar belakang penelitian, sehingga di rumuskanlah permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran Inovasi dalam Usaha Mikro Kuliner?
2. Bagaimana gambaran Kreativitas dalam Usaha Mikro Kuliner?
3. Bagaimana gambaran Keberhasilan Usaha Mikro Kuliner?
4. Bagaimana pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kuliner?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran Inovasi dalam Usaha Mikro Kuliner
2. Mengetahui gambaran Kreativitas dalam Usaha Mikro Kuliner
3. Mengetahui gambaran keberhasilan Usaha Mikro Kuliner
4. Mengetahui pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kuliner

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian Berdasarkan uraian rumusan dan tujuan masalah, diharapkan dengan dilaksanakannya penelitian ini dapat menghasilkan kegunaan teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan memperluas kajian ilmu manajemen kewirausahaan pada industri Kuliner dengan mengkaji

pemahaman mengenai Keberhasilan Usaha Mikro Kuliner, Inovasi, dan Kreativitas.

## 2. Kegunaan Praktis

Sedangkan secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi industri UMKM Kuliner dalam upaya peningkatan Keberhasilan UMKM Kuliner, serta menjadi bahan pertimbangan dalam menerapkan Inovasi, Kreativitas, dan Pengetahuan Kewirausahaan.