

**KREATIFITAS DAN INOVASI PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN  
MENENGAH DI KAWASAN WISATA KULINER**

( Studi Kasus Upaya Mengembangkan Produk Melalui Kreatifitas dan Inovasi  
di Kota Bandung )

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai gelar sarjana S-1  
Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata  
FPIPS



Destian Nurfadly Hasan

1304532

**MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2018**

**KREATIVITAS DAN INOVASI PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN  
MENENGAH DI KAWASAN WISATA KULINER**  
(studi kasus upaya mengembangkan produk melalui kreativitas dan inovasi di Kota  
Bandung)

Oleh  
Destian Nurfadly Hasan  
1304532

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia

© Destian Nurfadly Hasan, 2018  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Oktober 2018

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**KREATIVITAS DAN INOVASI PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN  
MENENGAH DI KAWASAN WISATA KULINER**

(studi kasus upaya mengembangkan produk melalui kreativitas dan inovasi di  
Kota Bandung)

Skripsi ini disetujui dan disahkan  
oleh:

**Pembimbing I**



Heri Puspito Divah Setiyorini, M.M  
NIP. 19761031 200812 2 001

**Pembimbing II**



Taufik Abdullah, SE, MM, Par  
NIP. 19851024 201404 1 001

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Manajemen Pemasaran Pariwisata



Yeni Yuniawati, S.Pd., MM  
NIP. 19810608 200604 2 001

Tanggung Jawab Yuridis  
Ada Pada Penulis



Destian Durfadly Hasan  
NIM. 1304532

## **ABSTRAK**

**Destian Nurfadly Hasan, 1304532, “Kreativitas dan Inovasi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kawasan Wisata Kuliner (Studi kasus upaya mengembangkan produk melalui kreativitas dan inovasi di Kota Bandung)”**, di bawah bimbingan Heri Puspito Diyah Setiyorini,MM dan Taufik Abdullah,SE,MM.Par

Kota Bandung kerap menjadi tujuan wisata dari luar kota maupun luar negeri. Kota Bandung telah diakui akan kulinernya terlebih kuliner merupakan suatu kekuatan dalam mendorong kesejahteraan bagi masyarakat dan mengembangkan destinasi wisata itu sendiri. Kota Bandung banyak menampilkan keragaman citarasa, tampilan serta tempat – tempat kuliner yang memberikan pengalaman mengesankan kepada wisatawan. *Cafe* atau restoran termasuk usaha besar yang merupakan pesaing bagi pengusaha UMKM. Banyaknya UMKM tersebar di Kawasan Wisata Kota Bandung yang tidak jarang mengandalkan produk nya saja untuk ditawarkan kepada pelanggan juga mampu mendatangkan wisatawan, sehingga tujuan penelitian ini ingin mengetahui upaya yang dilakukan oleh pelaku UMKM terhadap produk yang kreatif dan inovasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan pelaku UMKM mengupayakan menciptakan produk kreatif dengan kebaruannya, dapat memecahkan masalah, dan terjadi elaborasi serta sintesis. Juga mengupayakan inovasi berbasis modulasi, berbasis ukuran, berbasis ukuran, berbasis desain, dan berbasis pengembangan bahan komplementer. Kreatif dan inovasi produk UMKM menjadikan banyaknya wisatawan datang ke Kawasan Wisata Kuliner Kota Bandung.

**Kata Kunci : UMKM, Kreatif dan Inovasi Produk, Wisata Kuliner**

## **ABSTRACT**

**Destian Nurfadly Hasan, 1304532, “ Crativity and Innovation Actors Micro, Small, Medium Enterprise in Culinary Tourism Areas (Case Study Attempts To Develop Products Through Creativity And Innovation In Bandung )**

Under Supervision of Heri Puspito Diah Setiyorini,MM and Taufik Abdullah,SE.,MM.Par

Bandung is often a tourist destination from outside the city and abroad. The city of Bandung has been recognized for its culinary art, especially as a force in promoting the welfare of the community and developing tourism destinations. The city of Bandung displays a variety of flavors, views and culinary venues that provide impressive experiences to tourists. Cafe or restaurant, including big business which is a competitor for MSME entrepreneurs. The large number of SMEs scattered in the Tourism Area of Bandung City which often relies on their products to be offered to customers is also able to bring in tourists, so the aim of this research is to find out the efforts made by SMEs towards creative and innovative products. This study uses qualitative methods and data collection through in- depth interviews. The results of this study indicate that SMEs seek to create creative products with novelty, can solve problems, and occur elaboration and synthesis. Furthermore, they strive for modulation-based, size-based, measurement-based, design-based, and complementary-based material development. Creative and innovative SME's products make the number of tourists come to Bandung City Culinary Tourism Area.

Keywords: *MSME, Creative and Inovative Product, Culinary Tourism*

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Fokus Masalah .....	6
1.4    Tujuan Penelitian .....	7
1.5    Kegunaan Penelitian Teoritis .....	7
1.6    Kegunaan Penelitian Praktis .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR .....</b>	<b>9</b>
2.1    Kajian Pustaka.....	9
2.1.1    Konsep Culinary Tourism .....	9
2.1.1.1    Pariwisata .....	9
2.1.1.2    Produk Pariwisata .....	11
2.1.1.3    Wisata Kuliner .....	12
2.1.2    Konsep Pemasaran .....	14
2.1.2.1    Strategi Pemasaran .....	14
2.1.2.2    Segmenting, Targeting, dan Positioning .....	14
2.1.2.3    Marketing Mix .....	17
2.1.3    Konsep Kreativitas dan Inovasi dalam Wisata Kuliner.....	20
2.1.3.1    Konsep Kreativitas .....	20
2.1.3.2    Konsep Inovasi.....	23
2.2    Kerangka Berpikir.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1    Design Penelitian .....	30
3.1.1    Pendekatan Penelitian .....	30

3.1.2	Metode dan Strategi Penelitian .....	31
3.1.3	Langkah-Langkah Penelitian Studi Kasus.....	34
3.1.4	Desain dan Metode.....	35
<b>3.2</b>	<b>Sumber Data dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>36</b>
3.2.1	Sumber Data.....	36
3.2.2	Tempat Peneletian.....	38
3.3	Pengumpulan Data .....	38
3.3.1	Instrumen Penelitian.....	38
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4	Keabsahan data .....	40
3.4.1	Transferability .....	40
3.4.2	Triangulasi Sumber .....	40
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.1.1	Bakso Aci Mas Jay .....	43
4.1.2	Juzzlab.....	44
4.1.3	Waroeng Tansu .....	44
4.1.4	Magic Snack.....	45
4.1.5	Fairy Floss Cotton Candy.....	46
4.2	Informan Penelitian.....	46
4.3	Deskripsi dan Analisis Data .....	47
4.3.1	Analisis Sebelum di Lapangan.....	48
4.3.2	Analisis Selama di Lapangan .....	49
4.4	Kegiatan Wisata Kuliner .....	50
4.4.1	Kreatif .....	52
4.4.1.1	Kebaruan .....	52
4.4.1.2	Pemecahan Masalah.....	55
4.4.1.3	Elaborasi dan Sintesis .....	59
4.4.2	Inovasi.....	60
4.4.2.1	Inovasi Berbasis Modulasi .....	60
4.4.2.2	Inovasi Berbasis Ukuran .....	62
4.4.2.3	Inovasi Berbasis Desain .....	63
4.4.2.4	Inovasi Berbasis Pengembangan Bahan Komplementer.....	65
4.5	Hasil Temuan Lapangan .....	67

<b>BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	<b>70</b>
5.1    Kesimpulan .....	70
5.2    Rekomendasi.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>76</b>



## **DAFTAR TABEL**

TABEL 2.1 Definisi Pariwisata Menurut Para Ahli .....	9
Tabel 2.2 Definisi Produk Wisata Menurut Para Ahli .....	11
TABEL 2.1 Kriteria Evaluasi Segmen Pasar .....	15
TABEL 2.3 Definisi Produk Menurut Para Ahli .....	19
TABEL 3.1 Perbedaan Antara Metode Penelitian Studi Kasus, Fenomenologi, Etnografi, Dan <i>Focus Group Discussion</i> . .....	33
TABEL 4.1 Tabel Informan.....	47

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran Kreatif Dan Inovasi Produk Dalam Perkembangan Wisata Kuliner Di Kota Bandung .....	30
GAMBAR 3.1 Situasi Sosial .....	38
GAMBAR 3.2 Proses Pengambilan Sampel Sumber Data Dalam Penelitian Kualitatif, Purposive Dan Snowball.....	38
GAMBAR 3.3 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data (Berbagai – Macam Cara Pada Sumber Yang Sama) .....	42
GAMBAR 4.1 Produk Baso Aci Mas Jay <i>Mode Dine Out</i> (Kiri) Dan <i>Mode Dine In</i> (Kanan)	44
GAMBAR 4.2 Kembang Gula Berbentuk Menyerupai Monyet .....	46
GAMBAR 4.3 Menyambangi Acara Food Fest Vol.3 Di Bip 19 April 2018 Dalam Rangka Mencari Objek Penelitian.....	51

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Dwi, F., Hardjanto, I., & Hayat, A. (t.thn.). Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286-1295.
- Antonites. (2003). *The concepts :Creativity, innovation and opportunity finding*. University of Pretoria etd.
- Bartono, P., & Ruffino , E. (2006). *Food Product Management Di Hotel Dan Restoran*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Bartono, P., & Ruffino, E. (2006). *Food product management di hotel dan restoran*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kulinerdalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Riset Akuntansi dan Bisnis*, XII(1).
- Boyne, S., & Hall, D. (2004). Place Promotion through food and tourism : rural branding and the role of websites. *Place Branding*, 80-92.
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran* (4 ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (1994). *The Hand Book of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage.
- du rand, G., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing : a south asfrican perspective. *journal travel and tourism marketing*, XIV, 97-112.
- Frinces , H. (2004). *Kewiausahaan dan Inovasi Bisnis* (Vol. I). Yogyakarta: Darusalam.
- Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Guzman, T. L., Clemente, E. D., & Hernandez Mogollon, J. M. (2014). Culinary tourist in the Spanish region of Extremadura, Spain. *ScienceDirect*.
- Gymothi, Szilvia, & Mykletun, R. J. (2009). Scary Food: Commodifying culinary heritage as meal adventures in tourism. *Vacation Marketing*.

- Hubeis, M. (2012). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. Jakarta: PT. Hecca Mitra Utama.
- Ibrahim. (2015). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Afabeta.
- Jailani, M. S. (2013). Ragam Penelitian Qualitative. *Edu Bio*, 48.
- Kotler, & Bes. (2004). *Lateral Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Bowen, & Makens. (2014). *Marketing of Hospitality and Tourism*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2011). *Designing Qualitative Research*. U.S: Sage.
- Meler, M., & Cerovic, Z. (2003). Food marketing in the function of tourist product development. *British Food Journal*, CV(3), 175-92.
- Munandar, U. (2012). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: PT. Asdi Mahakarya.
- Musbikin, I. (2006). *Mendidik anak kreatif ala Einstein*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Nasution, S. (1988). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Rogers, E. (1983). *Diffusion of Innovation*. Ney Work: Free Press.
- Steinmetz, R. (2010). Food, Tourism and Destination Differentiation : The Case of Rotorua, New Zealand. *Auckland University of Technology*, 2.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suroso, Hendrawan, B., & Wijayanti, R. R. (2014). pengaruh inovasi produk dan harga terhadap minat beli mie sedaap cup. *Ilmu Manajemen*, 2(4).
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Tomescu, A. M., & Botezat, E. A. (2014). Culinary Tourism In Romania - Professional Point Of View. *Tourism and Hospitality Industry*.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action, Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan WheelanHunger*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action, Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan WheelanHunger*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism: The hidden harvest*. Kendall Hunt Publishing.