

PILAR SUKSES UMKM KULINER

Inovasi, Kinerja, dan
Keberlangsungan

**PILAR SUKSES UMKM KULINER:
INOVASI, KINERJA, DAN
KEBERLANGSUNGAN**

PILAR SUKSES UMKM KULINER: INOVASI, KINERJA, DAN KEBERLANGSUNGAN

Prof. Erna Listyaningsih, S.E., M.Si., Ph.D

Prof. Yuliansyah, S.E., MSA., Ph.D., Akt

Rissa Afni Martinouva, S.H., M.H

Apip Alansori, S.E., M.Ak

Aprilia Dwi Sukawati, S.E

Sayba Arta Mevia

Angga Prastia

Bella Febriana



PILAR SUKSES UMKM KULINER: INOVASI, KINERJA, DAN KEBERLANGSUNGAN

Penulis:

Prof. Erna Listyaningsih, S.E., M.Si., Ph.D

Prof. Yuliansyah, S.E., MSA., Ph.D., Akt

Rissa Afni Martinouva, S.H., M.H

Apip Alansori, S.E., M.Ak

Aprilia Dwi Sukawati, S.E

Sayba Arta Mevia

Angga Prastia

Bella Febriana

Editor:

Dr. Febriyanti, M.Si

Layouter :

Rizki Amalia, A.Md, Ak.

Cover:

Jenri Ambarita, M.Pd.K.

Cetakan Pertama : Oktober 2024

Hak Cipta 2024, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia

ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151

Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org

E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2024 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia

All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2024

; 15,5 x 23 cm

ISBN : 978-623-8750-64-1

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang

Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penyusunan buku yang berjudul “Pilar Sukses UMKM Kuliner: Inovasi, Kinerja, dan Keberlangsungan” yang merupakan luaran tambahan dari Hibah Penelitian Fundamental DRTPM Kemdikbud-Ristek Tahun 2024, dapat kami selesaikan.

Buku ini berisi tentang hubungan kinerja, keberlangsungan, dan inovasi UMKM kuliner pada umumnya dan di Bandar Lampung, Lampung, pada khususnya, serta bagaimana peranan inovasi, dan kinerja terhadap keberlangsungan UMKM kuliner di Bandar Lampung. Buku ini memberikan kontribusi berupa kajian dan model tentang hubungan inovasi, kinerja, dan keberlangsungan UMKM kuliner di Bandar Lampung.

Buku ini diharapkan akan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan sehubungan dengan UMKM kuliner di Bandar Lampung pada khususnya dan daerah lain di Indonesia pada umumnya. Buku ini juga merupakan luaran tambahan Riset Fundamnetal yang didanai oleh DRTPM KemdikbudRistek Tahun 2024 dengan nomor kontrak induk 104/E5/PG.02.00.PL/2024, tanggal 11 Juni 2024.

Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi dunia pendidikan dan penelitian. Akhir kata, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan kami terima dengan senang hati demi meningkatkan kesempurnaan buku ini.

Bandar Lampung, Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

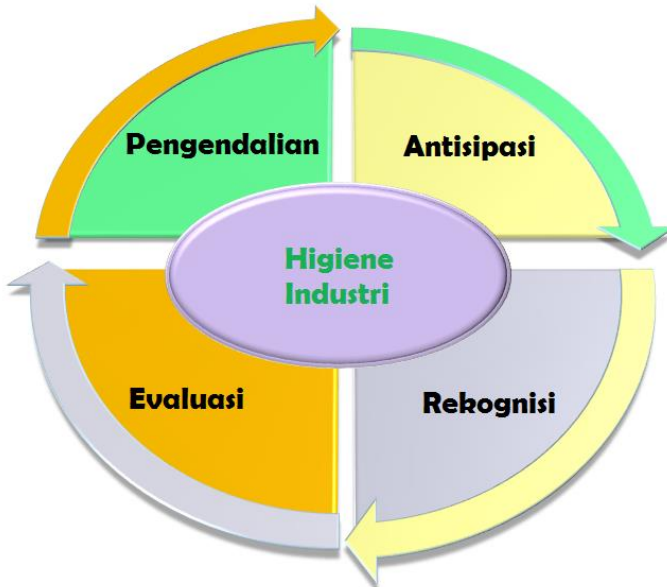
KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	II
BAB 1 RUANG LINGKUP INDUSTRI KULINER	1
A. Ruang Lingkup Industri Kuliner	1
 BAB 2 JENIS USAHA DI INDUSTRI KULINER	 7
A. <i>Independent</i>	7
B. <i>Chain</i>	9
C. <i>Franchise</i>	11
 BAB 3 POTENSI DAN PERMASALAHAN PENGEMBANGAN KULINER	 15
A. Potensi Pengembangan Kuliner	19
B. Permasalahan Pengembangan Kuliner	20
 BAB 4 PENGEMBANGAN EKONOMI DAERAH MELALUI INDUSTRI KULINER	 24
 BAB 5 MENGUKUR KINERJA UMKM KULINER	 32
 BAB 6 STRATEGI KEBERLANJUTAN UMKM KULINER	 36
A. Memiliki Ide Usaha	37
B. Penyaringan Ide/ Konsep	38
C. Pengembangan Rencana Usaha (Business Plan)	38
D. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha	39
 BAB 7 STRATEGI INOVASI UMKM KULINER	 41
 BAB 8 PERAN UMKM KULINER DALAM PEREKONOMIAN DAN INOVASI LOKAL	 44

BAB 9 UPAYA DIGITALISASI UMKM	50
A. Peluang dalam Digitalisasi UMKM	51
B. Ancaman dalam Digitalisasi UMKM	51
C. Tantangan dalam Digitalisasi UMKM	51
 BAB 10 INOVASI DIGITAL PADA BISNIS MAKANAN DAN MINUMAN UNTUK TINGKATKAN KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN	 53
A. Pemesanan dan Pengiriman secara Online	53
B. Pembayaran secara Digital dan Mobile	54
C. Pengalaman <i>Virtual</i> di Restoran	55
D. Pemasaran Melalui Media Sosial	55
E. Program Loyalitas Digital	56
F. Analisis Data untuk Pengambilan Keputusan	56
G. Dapur Pintar (Smart Kitchen)	57
H. Penggunaan <i>Chatbot</i> untuk Pelayanan Pelanggan	57
I. Keamanan dan Kualitas Makanan dengan <i>Blockchain</i>	58
 BAB 11 INOVASI YANG EFEKTIF UNTUK MENAIKKAN SKALA UMKM	 59
A. <i>Pembenahan Produk</i>	59
B. Mengikuti Pameran dan Festival	60
C. <i>Bangun Relasi Bisnis</i>	60
D. <i>Tingkatkan Kualitas Layanan</i>	61
E. <i>Belajar Teknologi Bisnis</i>	61
F. <i>Pemahaman Media Sosial</i>	62
G. <i>Jualan di Marketplace</i>	62
H. <i>Pakai Sistem ERP</i>	63
 BAB 12 HUBUNGAN INOVASI, KINERJA, DAN KEBERLANGSUNGAN	 64
A. Metodologi Penelitian	64
B. Hasil Penelitian	65
BAB 13 KESIMPULAN	69
DAFTAR PUSTAKA	71
PROFIL PENULIS	76

BAB 1

RUANG LINGKUP INDUSTRI KULINER

A. Ruang Lingkup Industri Kuliner



Sumber : <https://www.alifmh.com/2019>

Gambar 1.2 Ruang Lingkup Higiene Industri

Berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2009, belum ada kategori lapangan usaha yang ditujukan khusus untuk kode usaha industri kreatif subsektor kuliner. Hal ini dikarenakan kuliner merupakan subsektor baru yang dimasukkan pada industri kreatif, sekitar tahun 2011. Sesuai KBLI ekonomi kreatif, ruang lingkup subsektor kuliner adalah:

- 1) 56101 Restoran
- 2) 56102 Warung makan
- 3) 56103 Kedai makanan
- 4) 56104 Penyediaan makanan keliling atau tempat tidak tetap
- 5) 56210 Jasa boga untuk suatu event tertentu (event catering)
- 6) 56290 Penyediaan makanan lainnya
- 7) 56301 Bar
- 8) 56302 Kelab malam atau diskotik yang utamanya menyediakan minuman
- 9) 56303 Rumah minum atau kafe
- 10) 56304 Kedai minuman
- 11) 56305 Rumah atau kedai obat tradisional
- 12) 56306 Penyediaan minuman keliling atau tempat tidak tetap.

Ruang lingkup subsektor pada KBLI ekonomi kreatif masih sangat luas. Oleh karena itu, perlu ada penambahan kriteria tertentu dalam menentukan apakah sebuah usaha di bidang kuliner masuk ke dalam konsep ekonomi kreatif. Berdasarkan beberapa literatur, kriteria yang bisa digunakan dalam menentukan ruang lingkup industri kuliner dalam ekonomi kreatif adalah:

- 1) Melibatkan juru masak terlatih.
- 2) Menghasilkan menu baru secara rutin.

- 3) Menyajikan atau mengandung makanan lokal atau tradisional.
- 4) Memberikan pengalaman kuliner bagi konsumen.

Selain itu, terdapat penambahan kode yang direkomendasikan untuk masuk ke dalam KBLI ekonomi kreatif subsektor kuliner, yaitu:

- 1) Penambahan satu lapangan usaha baru di kode 56– Penyediaan Makanan Minuman, yaitu: Pusat Penjualan Makanan dan Minuman
- 2) Penambahan kode 10: Industri Makanan
- 3) Penambahan Kode 11: Industri Minuman sebagai bagian dari kuliner, namun perlu kajian lebih lanjut untuk memisahkannya dengan hasil olahan industri makanan dan minuman yang bersifat reguler.

Industri kuliner mencakup segala bentuk usaha yang bergerak di bidang penyediaan makanan dan minuman, baik untuk konsumsi langsung maupun tidak langsung. Dalam konteks yang lebih luas, industri ini meliputi berbagai jenis bisnis, mulai dari usaha kecil, seperti warung makan dan gerai makanan kaki lima, hingga restoran besar, katering, dan perusahaan penyedia makanan skala industri. Industri kuliner juga termasuk produsen makanan olahan, makanan kemasan, dan layanan pengantaran makanan yang semakin berkembang pesat di era digital saat ini. Berikut adalah

beberapa aspek utama yang menjadi bagian dari ruang lingkup industri kuliner:

1. Produksi dan Penyediaan Makanan

Industri kuliner berfokus pada produksi makanan, baik makanan segar maupun olahan. Ini mencakup segala aktivitas yang terkait dengan pengolahan bahan mentah menjadi produk siap konsumsi. Penyediaan makanan bisa dalam bentuk restoran, kafe, gerai cepat saji, hingga bisnis katering.

2. Distribusi dan Pemasaran

Distribusi dalam industri kuliner mencakup bagaimana makanan dan minuman disampaikan ke konsumen, baik melalui penjualan langsung di tempat atau melalui jasa pengiriman. Perkembangan teknologi telah memfasilitasi lahirnya platform online dan aplikasi pemesanan makanan yang memperluas jangkauan pasar dan memudahkan konsumen mendapatkan produk kuliner dengan cepat.

3. Layanan dan Pengalaman Konsumen

Industri kuliner tidak hanya soal makanan, tetapi juga layanan yang diberikan kepada konsumen. Pengalaman konsumen dalam menikmati makanan, mulai dari suasana tempat makan hingga kualitas layanan, menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan bisnis di industri ini.

4. Inovasi Produk dan Tren Kuliner

Seperti industri lainnya, industri kuliner terus berkembang dengan munculnya berbagai inovasi produk, baik dalam hal rasa, metode penyajian, maupun bahan yang digunakan. Tren kuliner seperti makanan sehat, vegan, fusion food, hingga teknologi pangan seperti makanan nabati dan laboratorium terus mempengaruhi arah perkembangan industri ini.

5. Keberlanjutan dan Ramah Lingkungan

Ada semakin banyak tekanan bagi pelaku industri kuliner untuk mengadopsi praktik-praktik yang berkelanjutan, termasuk penggunaan bahan-bahan lokal, pengurangan limbah makanan, serta pengemasan yang ramah lingkungan. Kesadaran konsumen akan isu-isu lingkungan juga turut mendorong perubahan dalam industri ini.

6. Digitalisasi dan Teknologi

Pemanfaatan teknologi, terutama dalam pemasaran dan distribusi, menjadi aspek yang tidak bisa diabaikan dalam industri kuliner modern. Digitalisasi memungkinkan integrasi antara sistem pemesanan, pembayaran, manajemen stok, hingga promosi bisnis, sehingga efisiensi operasional dapat meningkat.

7. Regulasi dan Standar Kesehatan

Industri kuliner juga berada di bawah pengawasan ketat dari sisi regulasi, terutama terkait keamanan dan kebersihan makanan. Pemerintah dan otoritas kesehatan memberlakukan berbagai standar yang harus dipatuhi oleh para pelaku industri, termasuk standar kebersihan, sertifikasi halal, serta aturan terkait gizi dan label makanan.

Industri kuliner merupakan sektor yang dinamis dan terus berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup, preferensi konsumen, serta inovasi teknologi. Sebagai salah satu industri yang padat karya dan berorientasi pada kebutuhan dasar manusia, kuliner memiliki potensi besar untuk terus berkontribusi terhadap perekonomian, baik dalam skala lokal maupun global.

BAB 2

JENIS USAHA DI INDUSTRI KULINER

Bila ditinjau secara unit usaha, model bisnis yang berjalan pada industri kuliner adalah berupa jasa penyedia makanan dan minuman (restoran atau rumah makan) yang secara umum dibagi ke dalam tiga kategori (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2015), yaitu:

A. Independent

Pada model bisnis ini, sebuah usaha dimiliki oleh seorang atau sekelompok pemilik yang menjalankan usaha pada satu area tertentu. Pemilik usaha jenis ini bertanggung jawab terhadap seluruh proses yang terjadi dalam menjalankan usahanya. Pada umumnya, usaha restoran atau rumah makan yang setipe ini dimiliki oleh seorang juru masak yang sudah berpengalaman kemudian membuka restoran milik pribadinya. Restoran dengan model seperti ini pada umumnya merupakan full-service restaurant, baik berupa fine dining atau casual dining.

Usaha independen di industri kuliner merujuk pada bisnis yang dikelola secara mandiri oleh pemilik atau kelompok kecil. Pemilik memiliki kontrol penuh atas operasi, manajemen, dan arah bisnis. Jenis usaha ini sering kali dimulai dari skala kecil hingga menengah, seperti restoran lokal, kafe, warung makan, atau usaha katering

rumahan.

1. Ciri-ciri usaha independen:

- Tidak tergabung dalam jaringan bisnis besar.
- Pemilik memiliki kebebasan penuh dalam pengambilan keputusan bisnis.
- Skala usaha biasanya lebih kecil dan lokal.
- Lebih fleksibel dalam hal inovasi produk, pengembangan menu, dan gaya manajemen.

2. Keuntungan:

- Kebebasan penuh dalam menjalankan bisnis dan membuat perubahan.
- Kelekatan dengan komunitas lokal, yang sering kali menjadi basis pelanggan yang loyal.
- Dapat menawarkan menu atau pengalaman yang unik dan personal.

3. Tantangan:

- Keterbatasan sumber daya, baik dari sisi keuangan maupun tenaga kerja.
- Kurangnya daya saing dalam hal pemasaran dan branding dibandingkan dengan rantai atau waralaba besar.
- Kesulitan dalam mengembangkan skala bisnis karena kendala modal dan infrastruktur.

B. Chain

Pada model bisnis ini, sebuah usaha pada umumnya dimiliki oleh sebuah kelompok atau perusahaan yang menjalankan berbagai usaha yang tersebar di berbagai lokasi dengan satu merek. Usaha di bawah model bisnis ini akan memiliki standardisasi dalam menjalankan seluruh unit usahanya agar memiliki kualitas yang sama, dimulai dari format dan dekorasi bangunan hingga produk serta pelayanan yang ditawarkan. Usaha restoran atau rumah makan dengan model seperti ini pada umumnya merupakan *fast-casual dining* atau *quick-service dining*.

Usaha berbasis rantai atau *chain* merujuk pada bisnis kuliner yang memiliki banyak cabang di berbagai lokasi, namun semuanya dimiliki dan dioperasikan oleh satu entitas atau perusahaan. Dalam model ini, pemilik usaha atau perusahaan induk mengendalikan semua aspek operasional, termasuk manajemen, pemasaran, menu, serta standar layanan di setiap cabang.

Ciri-ciri usaha chain:

- Semua cabang dikelola oleh satu pemilik atau perusahaan, tanpa keterlibatan pihak ketiga.
- Menu, layanan, dan desain toko biasanya seragam di semua lokasi.
- Manajemen terpusat, sehingga kontrol kualitas dan standar operasional sangat terjaga.

Keuntungan:

- Skala usaha yang lebih besar memungkinkan efisiensi biaya dan daya tawar yang lebih kuat dalam hal pembelian bahan baku.
- Standar kualitas yang seragam dan konsisten di seluruh cabang.
- Memiliki kemampuan pemasaran dan branding yang lebih kuat dibandingkan usaha independen.

Tantangan:

- Memerlukan modal yang besar untuk membuka dan mengoperasikan banyak cabang.
- Sulit beradaptasi dengan preferensi pasar lokal karena keputusan dan strategi bersifat terpusat.
- Tantangan dalam mempertahankan keunikan dan inovasi karena standar yang seragam di semua cabang.

C. Franchise



Sumber : <https://www.marketing91.com/types-of-franchises/>

Gambar 2.1 Ilustrasi *Franchise*

Model bisnis ini serupa dengan model chain, hanya saja pemilik dari setiap usaha ini dapat berbeda orang dengan cara membeli hak untuk menjual dari usaha tersebut. Pengertian franchise atau waralaba berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 adalah perikatan ketika salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan dan/atau menggunakan Hak dari Kekayaan Intelektual (HKI) atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa.

Saat ini banyak sekali usaha di bidang kuliner yang menggunakan model bisnis seperti ini untuk memperluas jaringan usahanya. Serupa dengan model chain, usaha restoran dengan model seperti ini pada umumnya merupakan *fast-casual dining* atau *quick-service dining*.

Waralaba atau *franchise* adalah model bisnis di mana pemilik merek atau perusahaan induk (franchisor) memberikan hak kepada pihak ketiga (franchisee) untuk menjalankan usaha dengan merek, konsep, dan sistem yang telah dikembangkan oleh franchisor. Franchisee membayar biaya awal (franchise fee) dan royalti berkelanjutan untuk dapat menjalankan usaha dengan sistem waralaba.

Ciri-ciri usaha franchise:

- Pemilik merek (franchisor) memberikan lisensi kepada franchisee untuk menggunakan nama merek, produk, dan sistem operasional.
- Franchisee bertanggung jawab atas pengelolaan sehari-hari cabang, tetapi harus mengikuti pedoman yang ditetapkan oleh franchisor.
- Dukungan penuh dari franchisor dalam hal pelatihan, pemasaran, dan sistem operasional.

Keuntungan:

- Akses ke merek yang sudah dikenal dan memiliki basis pelanggan yang kuat.
- Dukungan operasional dan pemasaran dari

franchisor, sehingga franchisee tidak perlu membangun sistem dari nol.

- Potensi sukses yang lebih tinggi karena model bisnis yang sudah terbukti.

Tantangan:

- Biaya awal yang cukup tinggi serta kewajiban membayar royalti berkelanjutan.
- Kebebasan dalam pengambilan keputusan terbatas, karena franchisee harus mengikuti pedoman yang ditetapkan oleh franchisor.
- Keberhasilan cabang sangat bergantung pada dukungan franchisor dan keberlanjutan merek secara keseluruhan.

Model bisnis di atas merupakan model bisnis yang berjalan mengikuti proses rantai bisnis pada ekosistem yaitu dari tahap kreasi hingga penyajian. Namun, sebuah model bisnis pada industri kuliner bisa terjadi pada tahap kreasi saja yang melibatkan industri media sebagai konsumen dari model bisnis tersebut. Model bisnis seperti ini dapat dikategorikan sebagai model bisnis media, yaitu model bisnis yang terjadi saat orang kreatif kuliner (juru masak dan pakar kuliner) sudah dapat melakukan komersialisasi atas hasil kreasinya melalui kolaborasi dengan industri media, baik media cetak, televisi, maupun

digital. Bentuk dari produk yang dihasilkan berupa buku resep masakan dan program kuliner yang disiarkan di televisi.

BAB 3

POTENSI DAN PERMASALAHAN PENGEMBANGAN KULINER

Industri kuliner memiliki potensi besar untuk berkembang di berbagai wilayah, terutama di Indonesia yang kaya akan keragaman budaya dan kuliner. Namun, dalam pengembangannya, industri ini juga menghadapi sejumlah permasalahan yang perlu diatasi untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Penjelasan potensi dapat dilihat dari dua aspek utama, yaitu kekuatan (menguraikan karakter dan kondisi dari kuliner yang memberikan keunggulan dibandingkan subsektor-subsektor industri lainnya) dan peluang (menguraikan elemen yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan kuliner lebih jauh lagi). Dari hasil identifikasi sementara terdapat beberapa potensi yang dimiliki oleh subsektor kuliner Indonesia. Sedangkan identifikasi masalah dilakukan dengan merujuk kepada peta ekosistem dan peta industri.

Dari hasil identifikasi terdapat beberapa permasalahan yang dimiliki oleh kuliner Indonesia, dibagi ke dalam empat kategori yaitu tantangan, hambatan, kelemahan, dan ancaman. Menurut Kemenparekraf (2015) beberapa isu strategis yang berhasil diidentifikasi adalah:

- 1) Sumber daya alam dan budaya yang beragam

Indonesia memiliki potensi yang tak ternilai harganya dalam hal warisan kuliner nusantara. Setiap daerah memiliki keunikan tersendiri yang sangat potensial untuk terus dikembangkan.

Beberapa aspek yang menjadi nilai utama dari keberagaman sumber daya alam dan budaya kuliner Indonesia adalah:

- a. Kekayaan ragam masakan tradisional yang sangat bervariasi.
- b. Produk kuliner yang memiliki nilai-nilai budaya yang dapat dijadikan sebagai sumber inspirasi dalam menciptakan kreasi.
- c. Kekayaan cita rasa makanan Indonesia.
- d. Kekayaan dan keragaman komoditas bahan baku kuliner Indonesia yang bisa diolah dengan kreasi baru.
- e. Keunikan penyajian makanan Indonesia yang sangat menarik dan bahkan memiliki cerita dibalik setiap cara penyajian.
- f. Beberapa masakan tradisional Indonesia mendapatkan pengakuan internasional.

Di Indonesia ini terdapat sekitar 300 etnis yang memiliki keragaman kuliner, namun hanya 10% saja yang baru digarap. Kekayaan ini dapat dijadikan sebagai senjata utama untuk menghasilkan kreasi

dalam subsektor kuliner. Masakan tradisional Indonesia harus mampu muncul ke permukaan sehingga dikenal oleh masyarakat luas, tidak saja hanya menjadi masakan daerah yang disajikan di rumah, namun mampu menjadi daya tarik suatu daerah. Faktor kreativitas lah yang diperlukan dalam mengangkat masakan tradisional ini sehingga mampu memiliki nilai tambah untuk dipasarkan.

- 2) Industri yang terus berkembang Industri kuliner di Indonesia masih terus mampu berkembang, hal ini ditandai dengan laju pertumbuhan jumlah unit usaha yang berada di atas rata-rata laju pertumbuhan pada industri kreatif ataupun nasional. Perkembangan yang pesat ini sangat terasa di beberapa kota di Indonesia, seperti Bandung dan Jakarta. Kedua kota ini memiliki pertumbuhan industri kuliner yang cukup pesat dalam lima tahun ke belakang. Perkembangan industri kuliner di Jakarta lebih bersifat variatif, berbagai ragam cita rasa Indonesia bahkan dunia hadir melalui berbagai unit usaha kuliner yang muncul, mulai dari bentuk kedai makanan nusantara, warung makan tradisional, restoran *fine-dining*, hingga dalam bentuk *foodtruck*.
- 3) Minat dan antusiasme masyarakat terhadap kuliner yang tinggi Minat dan antusiasme masyarakat

terhadap industri kuliner semakin tinggi. Produk kuliner tidak saja hanya dianggap sebagai produk pemuas kebutuhan dasar namun lebih dari itu. Sudah banyak masyarakat yang mulai mencari produk kuliner tidak saja hanya terfokus pada makanannya, namun juga mengenai cerita dan pengalaman yang dirasakan saat menyantap produk kuliner tersebut. Hal ini menjadikan produk kreasi kuliner akan semakin mudah untuk dikenal oleh masyarakat secara luas.

- 4) Pasar dalam negeri yang besar Jumlah penduduk Indonesia yang banyak merupakan peluang yang sangat potensial dalam pengembangan subsektor kuliner, mengingat produk subsektor kuliner berdasarkan kebutuhan dasar manusia sehingga menjadikan jumlah penduduk Indonesia yang sangat banyak ini akan sangat menguntungkan dalam mengembangkan industri kuliner di dalam negeri.
- 5) Pasar luar negeri yang mulai melirik Pasar di luar negeri yang mulai melirik kuliner Asia akan menjadi peluang bagi kuliner Indonesia untuk berkembang. Antusiasme warga dunia terhadap kuliner Indonesia pun makin tinggi hal ini dapat dilihat dengan semakin populernya beberapa makanan khas Indonesia di luar negeri hingga mendapatkan pengakuan sebagai salah

satu makanan terenak di dunia.

A. Potensi Pengembangan Kuliner

1. Keberagaman Kuliner Nusantara

Indonesia memiliki keanekaragaman budaya yang tercermin dalam kuliner tradisional di berbagai daerah. Setiap daerah memiliki makanan khas yang unik, sehingga menciptakan peluang besar untuk memasarkan kuliner lokal baik di pasar domestik maupun internasional.

2. Peningkatan Permintaan Pasar

Dengan pertumbuhan populasi dan peningkatan pendapatan masyarakat, permintaan terhadap produk kuliner terus meningkat. Gaya hidup modern yang cenderung lebih praktis juga mendorong peningkatan konsumsi makanan siap saji dan layanan pengantaran makanan, yang membuka peluang lebih luas bagi pengusaha kuliner.

3. Pariwisata Kuliner

Pariwisata kuliner merupakan salah satu daya tarik utama bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Banyak destinasi wisata di Indonesia yang mempromosikan kuliner khas sebagai bagian dari daya tarik wisata, seperti Bali, Yogyakarta, dan Sumatera Barat, yang terkenal dengan masakan Padangnya. Hal

ini memberikan potensi besar bagi industri kuliner untuk berkembang seiring dengan pertumbuhan sektor pariwisata.

4. Inovasi Produk dan Teknologi

Inovasi dalam produk kuliner, baik dalam hal pengolahan, penyajian, maupun pemasaran, dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi pelaku usaha. Penggunaan teknologi digital untuk pemasaran dan layanan pengantaran, serta inovasi pangan seperti makanan sehat, vegan, atau olahan berbasis bahan nabati, semakin menarik minat konsumen, khususnya generasi muda yang sadar kesehatan.

5. Ekspor Kuliner

Kuliner Indonesia memiliki potensi besar untuk diekspor ke pasar internasional, terutama di negara-negara dengan populasi diaspora Indonesia atau masyarakat yang tertarik dengan masakan Asia. Produk makanan kemasan seperti sambal, bumbu instan, serta makanan kering lainnya telah mulai merambah pasar global.

B. Permasalahan Pengembangan Kuliner

1. Kurangnya Akses Terhadap Modal dan Teknologi

Banyak pelaku usaha kuliner, terutama di level UMKM, menghadapi kendala dalam mendapatkan akses ke

modal dan teknologi. Padahal, inovasi dan investasi dalam teknologi produksi serta manajemen operasional sangat penting untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Kesulitan dalam mendapatkan pendanaan juga menghambat ekspansi bisnis.

2. Tantangan dalam Standar Kualitas dan Kebersihan

Dalam industri kuliner, standar kebersihan dan keamanan pangan merupakan faktor yang sangat penting. Banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami atau mematuhi regulasi terkait standar kebersihan dan kesehatan, sehingga kualitas produk dan kepercayaan konsumen bisa terganggu.

3. Persaingan yang Ketat

Industri kuliner merupakan salah satu sektor yang sangat kompetitif, terutama di kawasan perkotaan. Banyaknya pemain di pasar menyebabkan persaingan yang sangat ketat, baik dari sisi harga, kualitas, maupun inovasi produk. Tanpa diferensiasi yang jelas, banyak bisnis kuliner yang kesulitan bertahan dalam jangka panjang.

4. Ketergantungan pada Bahan Baku

Ketersediaan dan harga bahan baku sering kali menjadi masalah bagi pelaku usaha kuliner. Fluktuasi harga bahan baku yang tinggi, terutama bahan yang