

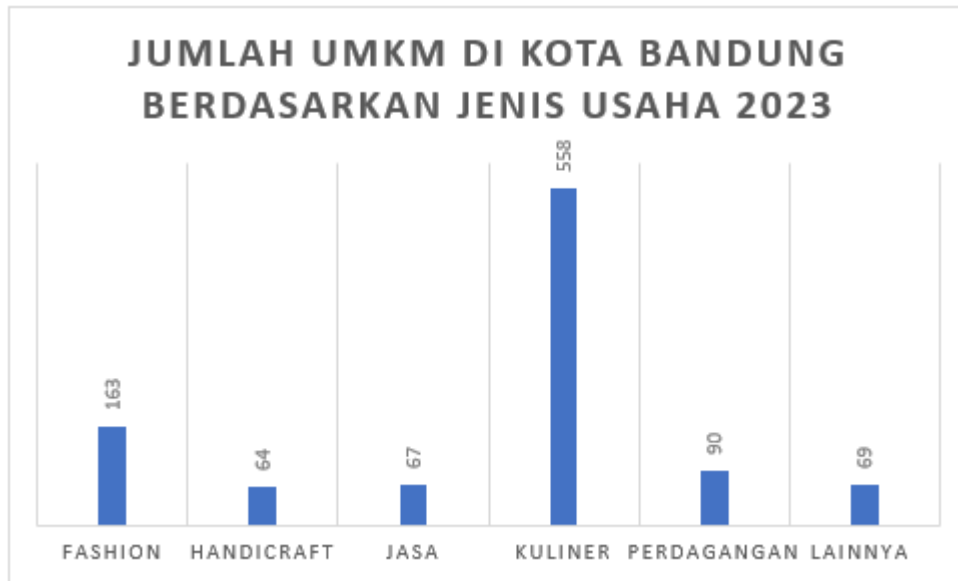
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bandung adalah ibu kota Jawa Barat, provinsi regional Tingkat I, dan salah satu kota di wilayah Jawa Barat yang terletak antara 107 derajat Bujur Timur dan 655 derajat Lintang Selatan. Bandung Go (2023) menyatakan bahwa posisi Kota Bandung dipandang penting secara strategis dari sudut pandang ekonomi, komunikasi, dan keamanan. Bandung, ibu kota Provinsi Jawa Barat, merupakan kota yang tumbuh subur di bidang perdagangan dan jasa, dengan reputasi unggul di sektor *fashion*, kuliner, pariwisata, dan kreatif (Bandung Go, 2023). Statistik resmi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung menunjukkan bahwa pada tahun 2023, total ada 1.011 unit UMKM—termasuk 996 unit usaha mikro, 14 kecil, dan 1 menengah— di Kota Bandung.

Berdasarkan informasi yang dihimpun dari umkmindonesia.id (2023), jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan menengah (UMKM) yang mendaftarkan usahanya di platform OSS mencapai 8,71 juta unit, dengan 1.494.723 UMKM yang berlokasi di Provinsi Jawa Barat sehingga Jawa Barat menduduki peringkat pertama. Platform ini diluncurkan oleh pemerintah pada tahun 2021 dan digunakan mulai tahun 2022 dan seterusnya. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Bandung terdiri dari berbagai macam usaha, antara lain yang bergerak di bidang *fashion*, kerajinan tangan, jasa, kuliner, lain – lain, serta perdagangan. Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) Kota Bandung dirinci berdasarkan Jenis Usahanya pada grafik di bawah ini:



Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Kota Bandung Berdasarkan Jenis Usaha

Sumber: Sistem Informasi Kewirausahaan UMKM Terpadu Kota Bandung, 2023

Data di atas menunjukkan bahwa dari seluruh jenis UMKM yang ada di Kota Bandung, terdapat 558 UMKM yang bergerak di bidang kuliner sehingga kuliner menjadi UMKM dengan jumlah terbanyak di kota ini. Selain kuliner, terdapat beberapa jenis usaha lain yaitu *Fashion* (163 unit), *Handicraft* (64 unit), *Jasa* (67 unit), *Perdagangan* (90 unit), dan *Lainnya* (69 unit). Unit Usaha Kuliner memiliki jumlah yang paling dominan dikarenakan kuliner merupakan salah satu kebutuhan pokok dan dinilai sebagai jenis usaha yang lebih mudah dijalankan jika dibandingkan dengan jenis usaha lainnya (Muizu *et al.*, 2018). Usaha Kuliner memiliki jumlah yang dominan juga karena saat ini masyarakat memandang kuliner tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan saja, melainkan juga dianggap sebagai sebuah pemenuhan kebutuhan dalam berwisata. Pengunjung internasional maupun lokal sering berbondong-bondong datang ke Bandung sebagai tempat wisata (Nababan *et al.*, 2021). Oleh karena itu, hal ini menjadi salah satu alasan mengapa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) jenis usaha kuliner di Bandung dapat terus berkembang pesat dari tahun ke tahun.

UMKM jenis usaha kuliner di Kota Bandung tersebar di beberapa kecamatan yaitu Bandung Kulon, Babakan Ciparay, Bojongloa Kaler, Bojongloa Kidul, Astanaanyar, Regol, Lengkong, Buah Batu, Bandung Kidul, Rancasari,

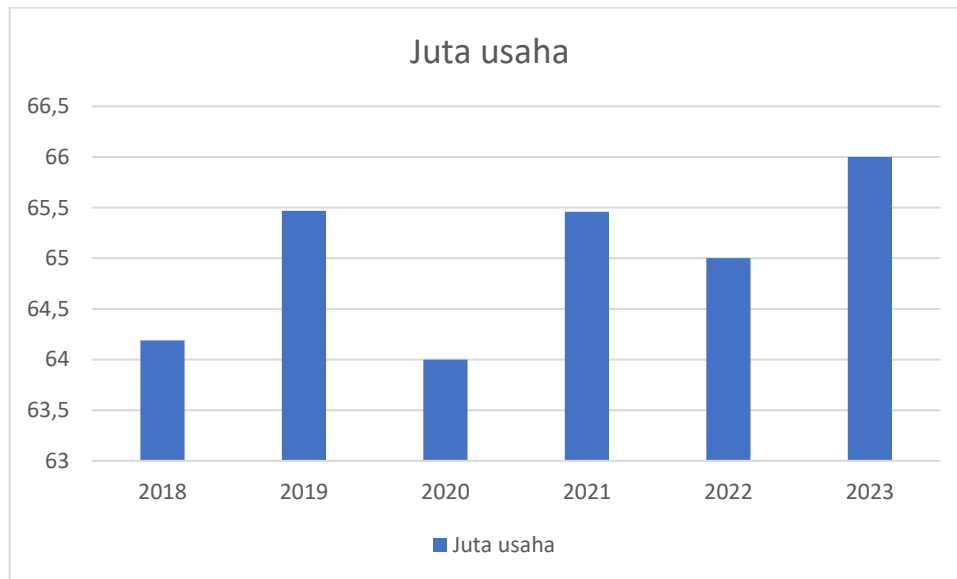
Gedebage, Cibiru, Panyileukan, Ujung Berung, Cinambo, Arcamanik, Antapani, Mandalajati, Kiaracandong, Batununggal, Sumur Bandung, Andir, Cicendo, Bandung Wetan, Cibeunying Kidul, Cibeunying Kaler, Coblong, Sukajadi, Sukasari, dan Cidadap (BPS Kota Bandung, 2020).

Alasan di atas menunjukkan bahwa Bandung, Indonesia, adalah tempat yang tepat untuk melakukan penelitian dengan UMKM jenis usaha kuliner sebagai objek.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Upaya kewirausahaan, baik besar atau kecil, mempunyai potensi untuk meningkatkan perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, dan banyak lagi lainnya. Distribusi kekayaan yang lebih adil dapat dihasilkan dari kehadiran perusahaan mikro dan kecil, yang pada gilirannya dapat mendorong pembangunan ekonomi yang cepat, stabilitas dalam suatu negara, dan kesetaraan pendapatan (Millendra, 2022). Kontribusinya terhadap perekonomian nasional dan lapangan kerja yang disediakan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dianggap sebagai tulang punggung sistem perekonomian. Lebih dari 60% produk domestik bruto (PDB) Indonesia, atau sekitar Rp 8,573 triliun setiap tahunnya, berasal dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sehingga kontribusinya sangat penting terhadap perekonomian negara. Tidak hanya itu, 116 juta orang atau 97% angkatan kerja Indonesia bekerja di UMKM (UMKM Indonesia.id, 2023). UMKM juga memiliki salah satu peran penting yang signifikan, yaitu menjadi salah satu pendorong dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia (Gunawan *et al.*, 2023).

Berikut dapat dilihat pertumbuhan jumlah UMKM dari tahun ke tahun di Indonesia.



Gambar 1. 2 Pertumbuhan Jumlah UMKM di Indonesia

Sumber: (Data Indonesia.id, 2023)

Gambar di atas memperlihatkan jumlah UMKM di Indonesia dari 2018 hingga 2023. Jumlah UMKM di Indonesia sempat mengalami penurunan signifikan sebanyak -2,24% yang dimulai pada 2020, yang semula berjumlah 65,47 juta usaha di 2019 menjadi 64 juta usaha di 2020 yang disebabkan oleh wabah pandemi covid-19. Hampir separuh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia bangkrut akibat pandemi ini, menurut statistik dari Kementerian Koperasi dan UMKM (Tempo Bisniscom, 2020). Namun, pada tahun 2021 jumlah UMKM di Indonesia kembali meningkat sebanyak 2,28% menjadi 65,46 juta di 2021 hampir menyamai jumlah di 2019 tetapi kembali turun sebanyak -0,70% di 2022 menjadi 65 Juta. Hal ini disebabkan karena UMKM masih sulit menyesuaikan diri di masa peralihan dari era pandemi ke era pasca pandemi. Namun pada 2023 UMKM kembali meningkat sebanyak 1,52% menjadi 66 Juta. Hal ini disebabkan karena UMKM di Indonesia kembali mempertahankan dan mulai melanjutkan usahanya di era pasca pandemi. Usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) di Indonesia diperkirakan memiliki peran penting dalam meningkatkan pembangunan ekonomi, yang mungkin dapat ditingkatkan setelah terjadinya pandemi. Ciri-ciri wirausahawan yang terlibat merupakan salah satu dari beberapa faktor pendukung yang harus diperhatikan guna kembali mengoptimalkan kinerja UMKM dalam

menghadapi kondisi pasca pandemi. Dalam 87% kasus, kegagalan wirausaha disebabkan oleh penyebab internal, sedangkan 13% disebabkan oleh faktor eksternal (Inego *et al.*, 2017). Sehingga, untuk dapat membuat usaha terus berkelanjutan diperlukan adanya kesiapan dari pihak internal untuk mengelola usahanya.



Gambar 1.3 Jumlah UMKM di Indonesia 2022

Sumber: (UMKM Indonesia.id, 2023)

Terlihat dari statistik di atas, yang merupakan data dari platform OSS yang di buat oleh pemerintah sejak 2021, ada 8,71 juta unit UMKM di Indonesia yang telah mendaftarkan usahanya di platform ini pada tahun 2022 yang dirinci berdasarkan provinsi. Terdapat 1.494.723 usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Provinsi Jawa Barat yang menyebabkan Jawa barat menduduki provinsi pertama yang memiliki jumlah UMKM paling banyak di Indonesia. Hal ini disebabkan karena Jawa Barat memiliki keunggulan komparatif dibandingkan provinsi lainnya salah satunya adalah dikarenakan Jawa Barat mampu mengambil peluang pasar secara global (Gunawan *et al.*, 2023). Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung melaporkan bahwa UMKM menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi tahunan sebesar 3,8% di Kota Bandung selama enam tahun terakhir (Nizar, 2021). Dengan terus meningkat dan berkembangnya UMKM ini juga tentu mengharuskan para pelaku UMKM untuk dapat menyiapkan strategi sehingga usahanya dapat bertahan dalam menghadapi

persaingan ataupun perubahan lain yang mungkin terjadi dalam menjalankan bisnisnya.

Laju pertumbuhan UMKM Jenis usaha kuliner Kota Bandung selama lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel di bawah ini berdasarkan data yang diperoleh dari Sistem Informasi Kewirausahaan UMKM Terpadu Kota Bandung.

Tabel 1. 1 Data UMKM Jenis Usaha Kuliner di Kota Bandung

Tahun	Jumlah (Unit)
2019	201
2020	136
2021	831
2022	355
2023	558

Sumber: (Sistem Informasi Kewirausahaan UMKM Terpadu Kota Bandung, 2023)

Dari angka-angka pada tabel ini terlihat jelas bahwa UMKM jenis usaha kuliner di Kota Bandung mengalami perkembangan yang pesat selama lima tahun terakhir. Di Kota Bandung, Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) jenis usaha kuliner telah mengalami masa pertumbuhan dan penurunan yang tajam. Dapat dilihat pada tahun 2021 ada 831 unit UMKM, tetapi jumlah tersebut menurun ke 355 unit di 2022. Penurunan ini tentunya disebabkan oleh banyak faktor. Menurut Dinas KUMKM Kota Bandung salah satu faktor terbesar dari penurunan jumlah unit UMKM adalah pandemi Covid 19. Selain faktor tersebut, dikutip dari wawancara kepada para pelaku UMKM jenis usaha kuliner di Kota Bandung oleh Mulyana (2021) di dapatkan informasi bahwa penurunan pertumbuhan ini salah satunya juga disebabkan karena kurangnya startegi inovasi yang dilakukan sehingga menyebabkan usaha mereka semakin tertinggal jauh karena di rasa tidak mampu mengikuti perubahan pasar yang dinamis. Salah satu faktor yang paling sering menyebabkan hal ini adalah karena kurangnya modal yang menghambat pengembangan produk dan layanan, serta peningkatan kualitas produk dan layanan. Selain itu, para pelaku UMKM mengaku sering memiliki kesulitan beralih ke teknologi yang semakin cepat perkembangannya. Pada penelitian yang dilakukan (Nizar, 2021) dijelaskan bahwa Pelaku usaha di bidang kuliner mengalami

penurunan omset hingga 97%. Dari hasil wawancara dengan satu anggota divisi penelaah pengembangan kewirausahaan dinas koperasi dan UMKM kota Bandung penurunan omset terutama pada UMKM kuliner dinilai disebabkan oleh para pelaku usaha masih kurang melakukan strategi inovasi model bisnis sehingga usaha yang mereka jalankan masih susah beradaptasi dengan pasar yang dinamis, masih kekurangan modal usaha sehingga tidak maksimal dalam produk dan merk dagang dan juga kesulitan adaptasi terhadap perubahan teknologi yang cepat. Akibatnya, para pelaku UMKM, khususnya yang bergerak di bidang kuliner tidak mampu menjamin kelangsungan usahanya dalam jangka panjang (Mulyana, 2021).

Namun pada tahun 2022 menuju 2023 UMKM Jenis usaha kuliner di Kota Bandung kembali mengalami peningkatan menjadi 558 Unit. Hal ini disebabkan karena kondisi Indonesia saat ini sudah memasuki era pasca pandemi. Selain itu hal ini juga disebabkan oleh perkembangan industri pariwisata di Kota Bandung sehingga terjadi peningkatan laju pertumbuhan UMKM kuliner. Masyarakat semakin tertarik untuk mencoba kuliner baru dan berbeda sehingga menjadikan UMKM kuliner di Kota Bandung menjadi salah satu daya tarik. Kemajuan teknologi juga memungkinkan masyarakat untuk mengakses semakin banyak informasi terkait UMKM kuliner yang sebelumnya sulit diakses. Peningkatan ini juga disebabkan oleh inovasi model bisnis yang dijalankan pemerintah kota Bandung dalam upaya menumbuhkan kembali UMKM. Inovasi model bisnis yang dilakukan pemerintah kota Bandung melalui Dinas koperasi UMKM adalah menggerakkan para pelaku UMKM yang ada di Kota Bandung untuk memanfaatkan teknologi dalam melakukan pemasaran digital, pihak dinas juga membantu UMKM untuk mendapatkan peminjaman modal dari lembaga keuangan yang bersangkutan tetapi dengan syarat para pelaku UMKM harus sudah mendaftarkan usahanya di dinas dan juga sudah memiliki kepastian merk dagang, selain itu pihak dinas juga terus mensosialisasikan terkait strategi model bisnis dan teknologi seperti apa yang sekiranya bisa diterapkan untuk inovasi usaha mereka agar terus dapat bertumbuh dan bertahan dalam jangka panjang. Dunia usaha harus cukup fleksibel untuk mengubah proses kerja mereka dari yang lama ke yang baru dari pandemi ke era

pasca pandemi (Muizu *et al.*, 2018). Dengan ini, para pelaku usaha kembali dapat mengembangkan serta melanjutkan usaha kulinernya.

Usaha kuliner yang termasuk kedalam UMKM dan umumnya masuk ke dalam usaha keluarga berkontribusi pada perekonomian. Kontribusi tersebut misalnya dalam pembentukan produk nasional bruto (Lestari *et al.*, 2019), penciptaan lapangan kerja dan menjadi sumber baru pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dalam sektor ekonomi kreatif kuliner merupakan salah satu subsektor yang memberikan kontribusi terbesar pada pendapatan daerah (Yuhendri, 2022). Wirausaha dituntut untuk mampu menciptakan ide-ide baru, menawarkan produk yang inovatif dan meningkatkan kinerja layanan untuk menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan bisnis yang berkelanjutan (Yuhendri, 2022).

Saat mencoba membuat atau mengubah model bisnis, inovasi selalu berubah-ubah. Menurut Fitriaty (2023), inovasi model bisnis melibatkan peralihan dari prinsip bisnis mendasar ke prinsip bisnis lanjutan untuk mengubah cara perusahaan beroperasi. Untuk mengikuti dinamika lingkungan usaha yang selalu berubah, wirausahawan terutama di bidang kuliner harus menggunakan strategi yang disebut inovasi model bisnis. Agar dapat berkembang dalam iklim ekonomi yang sulit saat ini, UMKM kuliner perlu menyadari pola, tren, kemampuan internal, dan kemungkinan-kemungkinan yang ada. Inovasi berbasis produk atau layanan, apalagi jika tidak didukung oleh teknologi mutakhir, tidak akan bertahan lama di zaman sekarang. Pertumbuhan teknologi dan internet berdampak pada perubahan suatu usaha (Hatammimi & Purnama, 2022) Banyak pakar telah menunjukkan bahwa agar tetap kompetitif di pasar global modern, inovasi model bisnis sangat lah penting diterapkan terutama di UMKM kuliner (Lestari *et al.*, 2019)

Dalam upaya untuk bertahan dalam dunia bisnis, baik korporasi raksasa maupun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia terutama UMKM kuliner, perlu dilakukannya inovasi model bisnis. UMKM Desa Kutawangi yang membuat keripik pisang dan peyek merupakan salah satu contoh UMKM kuliner yang mengubah cara berbisnis. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ini bersiap untuk beroperasi di era digital dengan memperkenalkan model bisnis baru yang memanfaatkan teknologi untuk melakukan pemasaran digital. Instagram

merupakan salah satu platform media sosial yang digunakan untuk pemasaran digital. Dengan bantuan kemampuan berbagi lokasi bisnis bawaan Instagram dan Google Maps, konsumen lebih mudah menemukan apa yang mereka cari, mengobrol dengan penjual tentang apa yang mereka miliki, dan menyelesaikan pembelian. Dengan bantuan *WhatsApp* Business dan *Marketplace* Tokopedia, para *digital marketer* dapat memperluas jangkauannya. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Kutuwangi yang memproduksi keripik pisang dan produk peyek sudah cukup baik dalam menggunakan alat pemasaran digital, termasuk media sosial dan akun *marketplace*, untuk mempromosikan barang dan jasa mereka. Penjualan mingguan produk dan minat pelanggan terus meningkat berkat inovasi dalam strategi bisnis ini (Efendi, 2023). Agar bisa tumbuh dan berkontribusi terhadap perekonomian, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus terus berinovasi.

Selain inovasi model bisnis, diversifikasi produk juga merupakan salah satu cara agar sebuah usaha dapat terus berkelanjutan jangka panjang. Diversifikasi produk adalah konsep bisnis di mana perusahaan memperluas jangkauan produk yang ditawarkan kepada pelanggan (Fitriaty, 2023). Ini melibatkan pengembangan dan peluncuran produk yang berbeda dari produk yang sudah ada dalam portofolio perusahaan. Dengan melakukan diversifikasi produk, perusahaan dapat memperluas portofolio produk sehingga dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Selain itu diversifikasi produk dapat menjaga stabilitas usaha dengan cara menyebarkan risiko fluktuasi laba. Dengan memiliki beragam produk di pasar, pelaku usaha terutama usaha kuliner dapat mengurangi ketergantungan pada satu produk di pasar, pelaku usaha kuliner dapat mengurangi ketergantungannya pada satu produk atau pasar tertentu, sehingga dapat mengurangi risiko yang mungkin timbul akibat fluktuasi laba dari satu sumber saja. Diversifikasi produk dapat membantu keberlanjutan bisnis terutama di bidang kuliner dikarenakan dapat mengurangi risiko ketergantungan pada produk tunggal atau pasar tertentu serta mengurangi risiko ketika pasar mengalami penurunan dan meningkatkan pangsa pasar dengan menyediakan variasi produk yang menarik bagi pelanggan ditunjang dengan kemampuan sumber daya yang kompeten (Fitriaty, 2023).

Selain inovasi model bisnis dan diverifikasi produk, bantuan pemerintah juga merupakan salah satu aspek penting yang relevan untuk membuat sebuah usaha terus berkelanjutan (Dadjuli, 2018). Bantuan dan kebijakan pemerintah dapat berdampak signifikan pada kondisi operasional dan lingkungan bisnis. Bantuan pemerintah dalam bentuk intensif, dukungan infrastruktur, dan kebijakan ekonomi dapat membantu perusahaan bertahan dan berkembang (Fitriaty, 2023). Program pemulihan ekonomi nasional (PEN) merupakan bagian dari kebijakan keuangan negara yang dilaksanakan oleh pemerintah untuk mempercepat penanganan pandemi Covid-19 dan menghadapi ancaman yang membahayakan perekonomian nasional dan stabilitas sistem keuangan serta penyelamatan ekonomi nasional (Permen Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2021). Berdasarkan Brilyana (2022) terdapat 660 pelaku usaha yang mengalami kenaikan omzet rata-rata sebesar 54%. Total omzet sebelum pendampingan mencapai Rp. 16,7 miliar dan setelah pendampingan dapat mencapai Rp. 34,5 miliar. Selain itu terdapat fenomena terkait kenaikan omzet berdasarkan bantuan pemerintah kota melalui kegiatan Pasar Kreatif, berdasarkan Primananda (2024) Pasar kreatif menunjukkan adanya kenaikan omzet tahun ke tahun yang signifikan. Pasar Kreatif pada tahun 2020 meraih omzet Rp. 4 miliar dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi Rp. 4,6 miliar, puncaknya pada tahun 2022 yaitu menunjukkan omzet Rp. 8,62 miliar dan pada tahun 2023 meraih omzet Rp. 9,3 miliar.

Mencapai kelangsungan hidup jangka panjang dalam sebuah perusahaan bukanlah sesuatu yang bisa dilakukan satu kali saja. sebaliknya, ini adalah sebuah proses. Keberlanjutan usaha, menurut Noe *et al.* (2011), didefinisikan sebagai kapasitas perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingannya di pasar yang terus berubah. Keberlanjutan UMKM sulit untuk dikelola, jika masalah ini tidak dapat diatasi, kebangkrutan mungkin saja terjadi (Kristanti *et al.*, 2019). Kewirausahaan merupakan kunci pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang dapat menjadi salah satu pendorong utama dalam menopang pertumbuhan perekonomian suatu negara (Yuliana *et al.*, 2019). Bahkan di pasar yang sangat kompetitif, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terutama jenis

usaha kuliner yang banyak pelaku usahanya memiliki peluang untuk tumbuh dengan memahami pola, tren, dan kemampuan internal.

Dampak inovasi model bisnis terhadap kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan telah terbukti signifikan dalam penelitian Fitriaty (2023), (Kajtazi et al., 2023), dan Maharani (2023). Namun, Usmayanti *et al.* (2023) dalam penelitiannya menemukan bahwa inovasi model bisnis tidak berdampak signifikan terhadap keberlanjutan bisnis, sehingga hal ini bertentangan dengan arus. Selain inovasi model bisnis dalam penelitian Fitriaty (2023) juga menyatakan bahwa diversifikasi produk dan bantuan pemerintah memiliki korelasi positif serta signifikan dengan keberlanjutan bisnis. Selain itu, hasil penelitian Stephanie et al (2022) juga menunjukkan bahwa bantuan pemerintah berupa program percepatan yang mendukung pemulihan bisnis UMKM dapat membantu keberlanjutan jangka panjang serta memfasilitasi adaptasi usaha.

Belum adanya penelitian terkait pengaruh inovasi model bisnis terhadap keberlanjutan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan usaha kuliner di Kota Bandung sebagai objek terhadap keberlanjutan usaha membuat penelitian ini menarik untuk dilakukan terutama di Kota Bandung yang besarkan data terakhir 2022 memiliki UMKM dengan jumlah terbesar di Indonesia dengan jenis usaha kuliner yang memiliki jumlah unit paling dominan dibandingkan jenis lainnya. Selain itu, keberlanjutan adalah hal yang tidak akan berhenti menjadi perbincangan dikalangan peneliti sehingga masih diperlukan kajian – kajian baru secara empiris (Carayannis et al., 2014)

“Pengaruh Inovasi Model Bisnis Terhadap Keberlanjutan UMKM Jenis Usaha Kuliner di Kota Bandung” adalah proyek penelitian yang menarik untuk diteliti oleh peneliti mengingat fenomena dan uraian kesenjangan penelitian yang telah dijabarkan di atas. Melihat sejauh mana inovasi model bisnis berpengaruh pada keberlanjutan sebuah usaha adalah tujuan utama penelitian ini.

1.3 Perumusan Masalah

Pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) jenis usaha kuliner di Kota Bandung cukup bervariasi selama lima tahun terakhir. Hal itu terjadi dikarenakan adanya faktor eksternal berupa pandemi covid 19. Perubahan kondisi

lingkungan tersebut berdampak pada keberlanjutan usaha UMKM di Kota Bandung khususnya pada UMKM jenis usaha kuliner. Adapun kenaikan dan penurunan yang tidak stabil pada jumlah UMKM jenis usaha kuliner yang terlihat pada **Tabel 1.1** berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku usaha kuliner di Kota Bandung dan pihak dinas KUMKM Kota Bandung didapatkan bahwa ini merupakan akibat dari kurangnya inovasi pemilik dalam menarik konsumen dan mengikuti perubahan pasar yang dinamis, kurangnya modal usaha yang menghambat pengembangan produk dan layanan, serta peningkatan kualitas produk dan layanan. Selain itu, para pelaku UMKM mengaku sering memiliki kesulitan beralih ke teknologi yang semakin cepat perkembangannya. Inovasi model bisnis dinilai bisa menjadi solusi agar UMKM kuliner di kota Bandung mampu mengikuti perubahan pasar yang dinamis, diversifikasi produk, di sisi lain, memungkinkan UMKM kuliner di Kota Bandung untuk mengurangi risiko dengan menambahkan produk, layanan, atau pasar baru ke dalam operasional mereka dan bantuan pemerintah memungkinkan para UMKM kuliner di Kota Bandung untuk mendapatkan bantuan modal sehingga dapat mengembangkan produk dan layanan serta sosialisasi terkait penggunaan teknologi. Ketiga hal ini di inisiasi dapat membantu UMKM kuliner di Kota Bandung untuk terus berkelanjutan jangka panjang dan mencapai keunggulan kompetitif.

Melalui ketiga hal ini diharapkan membantu UMKM kuliner di Kota Bandung untuk terus berkelanjutan jangka panjang dan mencapai keunggulan kompetitif. Selain itu, UMKM kuliner di Kota Bandung diharapkan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan mendukung pertumbuhan serta keberlanjutan usaha mereka di tengah tantangan yang ada. Berdasarkan hasil observasi peneliti, pada saat ini pertumbuhan UMKM jenis usaha kuliner menunjukkan tren yang positif dimana banyak UMKM yang mulai melakukan inovasi model bisnis dengan menggunakan teknologi yang lebih bisa mendukung pertumbuhan, sehingga berdampak baik terhadap keberlanjutan usaha UMKM tersebut. Hal ini juga menyebabkan munculnya banyak UMKM baru yang bersaing antar jenis usaha kuliner. Sehingga UMKM dituntut memiliki keunikan dan

keaktivitas dalam melakukan inovasi dan pemasaran yang dapat menarik pelanggan dan mempertahankan usahanya.

1.4 Pertanyaan penelitian

Pertanyaan penelitian yang disarankan berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian yang telah disebutkan sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah Inovasi Model Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Kuliner di Kota Bandung?
2. Apakah Diversifikasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Kuliner di Kota Bandung?
3. Apakah Bantuan Pemerintah berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Kuliner di Kota Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dikemukakan berdasarkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Inovasi Model Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Kuliner di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah Diverifikasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Kuliner di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui apakah Bantuan Pemerintah berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Kuliner di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Harapannya, hasil penyelidikan ini akan memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis.

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mengenai dampak inovasi model bisnis terhadap keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) jenis usaha kuliner di Kota Bandung. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian di masa depan yang mengeksplorasi dampak inovasi model bisnis terhadap keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam jangka panjang.

1.4.2 Aspek Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan panduan kepada pelaku UMKM mengenai dampak inovasi model bisnis terhadap keberlanjutan UMKM dalam jangka panjang. Selain itu, temuan ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam merumuskan kebijakan terkait keberlanjutan UMKM.

1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk meningkatkan pemahaman pembaca, penelitian ini disusun menjadi lima bab, masing-masing bab mencakup pendekatan sistematis dalam penulisan.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan struktur tugas akhir pada penelitian ini.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, beserta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Hal ini juga memperkenalkan kerangka penelitian dan diakhiri dengan hipotesis untuk penelitian ini.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memberikan gambaran umum tentang beberapa metodologi penelitian, proses penentuan dan pengukuran variabel, pemilihan populasi sasaran dan sampel, pengumpulan data, penilaian validitas dan reliabilitas ukuran, dan penggunaan alat analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan temuan penelitian sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini menyajikan temuan-temuan penelitian dan memberikan analisis rinci serta interpretasi atas temuan-temuan tersebut. Pada bagian Bab ini juga menjelaskan masalah yang diangkat dalam penelitian, yaitu Pengaruh Inovasi Model Bisnis terhadap Keberlanjutan UMKM Jenis usaha kuliner di Kota Bandung.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan temuan-temuan penelitian dan memberikan rekomendasi mengenai manfaat penelitian. Pada bab ini juga memberikan

kesimpulan dan juga rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya, pemerintah Kota Bandung serta pelaku UMKM jenis usaha kuliner di Kota Bandung yang berkaitan dengan Inovasi Model Bisnis dan juga Keberlanjutan Usaha.