

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kuliner Bandung merupakan salah satu destinasi wisata yang banyak di gandrungi oleh wisatawan. Banyak wisatawan mengunjungi kota Bandung untuk memanjakan lidah mereka, baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain wisata alamnya yang indah, budayanya yang unik, dan Bandung pun menjadi salah satu ikon wisata kuliner Indonesia terutama Jawa Barat.

Bandung terkenal dengan orang-orang yang sangat kreatif dalam mengolah dan menciptakan ragam kuliner yang kemudian menjadi viral baik makanan tradisional maupun kontemporer (modern). Berbagai kuliner lezat tersebar di sepanjang kota Bandung. Berbagai rekomendasi kuliner di Bandung banyak bermunculan di media sosial dari makanan khas Bandung hingga makanan modern dan kafe-kafe hits, seperti, Warung Nasi Ibu Imas, Bakso Cuanki dan Batagor Serayu, Sate Jando Gasibu, Kupat Tahu Gempol, Imah Babaturan, Dimsum 9 ayam, Los Tropis, Bakmie Tjo Kin, Makmur jaya Coffee, Little Contrast, Toko Kopi Djawa, dan lainnya yang tak bisa disebutkan.

Berkembangnya potensi bisnis kuliner di Kota Bandung telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun, perkembangan ini juga telah menciptakan persaingan bisnis yang semakin ketat di sektor kuliner di Kota Bandung. Sebagai akibatnya, para pelaku bisnis kuliner di Kota Bandung

dihadapkan pada tuntutan untuk berpikir secara kreatif dan inovatif agar dapat selalu memberikan keunikan dan keunggulan yang membedakan bisnis mereka dari yang lain.

Di era globalisasi saat ini persaingan dan perubahan terjadi begitu cepat, dalam hal perubahan teknologi, kebutuhan pelanggan, serta inovasi yang dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman. Bukan hanya perusahaan besar yang merasakan tingkat persaingan tetapi perusahaan kecil dan menengah di Indonesia juga mengalami hal serupa. Inovasi pada sebuah produk dianggap akan mampu menghilangkan rasa jenuh dan bosan pada konsumen saat memilih produk yang kurang beragam serta tidak memiliki keunikan (Yanuar & Harti, 2020).

Untuk bersaing dengan produk lain, perusahaan dapat melakukan beberapa hal. Salah satunya adalah dengan membuat produk yang sudah ada menjadi lebih baik atau memperbaikinya. Atau bisa juga menciptakan produk baru berdasarkan yang sudah ada. Mengembangkan produk ini artinya kita secara sengaja dan terencana berusaha membuat produk yang sudah ada menjadi lebih baik, atau menambahkan jenis produk yang sudah ada. Ini harus dilakukan agar kita bisa mengikuti perubahan selera, teknologi, dan persaingan yang semakin ketat. Hal ini penting karena konsumen biasanya mencari produk baru yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Salah satu cara untuk mengembangkan produk adalah dengan menggunakan inovasi.

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk

mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan *up to date*, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut (Sijabat, 2017).

Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, tetapi konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Keinginan inilah yang harus dimengerti oleh produsen sebagai landasan untuk melakukan proses inovasi. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk di pasar, karena sebagian besar dari produk pesaing tampil statis dari tahun ke tahun. (Steve Kensing, 1997, p.60) dalam (Curatman et al., 2016).

Kotler dan Armstrong (2004) dalam (Moputi et al., 2018) terdapat tiga indikator inovasi produk yaitu : Kualitas produk menurut kotler dan amstrong (2004:347) "*The Ability of a product to perform its functions*" yang berarti kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Variasi produk sebagai hal tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan dan ciri-ciri (Kotler,2009:72). Menurut Kotler (2005:332) mengartikan "Desain atau rancangan adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan fungsi produk dari segi kebutuhan pelanggan".

Inovasi dalam bisnis kuliner di Kota Bandung saat ini menjadi ajang persaingan yang semakin sengit. Terlihat dari konsep bisnis mereka hingga menu yang mereka

sajikan, semuanya menunjukkan bahwa kondisi bisnis kuliner di Bandung sedang mengalami perkembangan yang signifikan. Namun, secara umum, banyak tempat makan di Kota Bandung masih menawarkan menu yang serupa. Hal ini membuat konsumen merasa jenuh dan memiliki keinginan untuk mencoba sesuatu yang berbeda, yang belum umum dijual oleh banyak restoran.

Selain itu, menu dengan inspirasi luar negeri seringkali dijual dengan harga yang tinggi, dan umumnya hanya tersedia di restoran yang memiliki konsep mewah. Kondisi ini membuat sebagian besar masyarakat kesulitan untuk mencicipi menu-menu tersebut. Oleh karena itu, ada peluang bagi pelaku bisnis kuliner di Kota Bandung untuk menawarkan variasi menu yang lebih terjangkau, tetapi tetap memiliki cita rasa yang autentik dan kualitas yang baik. Hal ini dapat menjadi strategi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen dan memenangkan persaingan di industri kuliner yang kompetitif ini.

Perkembangan bisnis *food truck* ini dapat diwujudkan kepada tren pertumbuhan industri kuliner yang menawarkan peluang bisnis yang menjanjikan bagi para pengusaha di Bandung. Bisnis ini memiliki modal yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan restoran konvensional, karena tidak memerlukan penyewaan atau pembelian tempat yang besar untuk beroperasi. Keunggulan lainnya adalah fleksibilitas untuk berpindah tempat, sehingga *food truck* dapat berpartisipasi dalam berbagai event, festival, atau berpindah lokasi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Salah satu contoh bisnis kuliner yang sedang populer di kalangan konsumen di Bandung adalah Warung Ubi Ibu. Warung Ubi Ibu adalah bisnis kuliner rumahan

yang menawarkan menu yang berbeda setiap minggu dengan inspirasi dari berbagai negara. Mereka beroperasi dalam bentuk food truck yang mencolok dan menarik perhatian, berlokasi di Taman Cibeunying, Bandung. Warung Ubi Ibu memiliki menu khas yaitu Nasi Mandhi Sapi Asap dan Autumn Cake.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Warung Ubi Ibu, peneliti menemukan permasalahan bahwa Warung Ubi Ibu terkait ketersediaan bahan baku yang segar dan berkualitas tinggi, terutama sayur-sayuran yang menjadi komponen penting dalam hidangan mereka. Kemudian, Warung Ubi Ibu menghadapi tantangan dalam menciptakan variasi menu yang menarik dan terus mengembangkan inovasi untuk mempertahankan minat konsumen dan menarik pelanggan baru. Dan juga Warung Ubi Ibu belum memiliki kemasan produk yang menjadi ciri khas dari Warung Ubi Ibu dan belum adanya kemasan produk untuk *take away* karena di Warung Ubi Ibu lebih memfokuskan untuk *Dine in*.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut dan hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Analisis Inovasi Produk Kuliner di Kota Bandung (Studi Kasus pada Warung Ubi Ibu)”**.

1.2 Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih kepada inovasi produk yang dilakukan di Warung Ubi Ibu.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum dari Warung Ubi Ibu?
2. Bagaimana analisis inovasi produk pada Warung Ubi Ibu?
3. Hambatan dan upaya apa saja yang telah dilakukan untuk meminimalisir hambatan dalam menjalankan bisnis Warung Ubi Ibu?

1.4 Tujuan Penelitian

Secara garis besar kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui gambaran umum pada objek Warung Ubi Ibu.
- b. Mengetahui analisis inovasi produk pada objek Warung Ubi Ibu.
- c. Mengetahui hambatan dan upaya untuk meminimalisir hambatan dalam menjalankan bisnis Warung Ubi Ibu.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian terdiri dari kegunaan teoritis yang berdasarkan pertimbangan kontekstual dan kegunaan praktik untuk perbaikan bagi lembaga/instansi yang bersangkutan. Kegunaan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta memperluas wawasan dalam menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama perkuliahan di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung dan bagi pengembangan Ilmu Administrasi Bisnis umumnya, khususnya mengenai analisis inovasi produk kuliner di Kota Bandung (Studi kasus pada Warung Ubi Ibu).

b. Kegunaan Praktis

- 1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini sangat berguna untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan penyusunan karya ilmiah khususnya inovasi produk kuliner.

2) Bagi Objek Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan baru yang bermanfaat khususnya mengenai inovasi produk kuliner.

3) Bagi Pembaca

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak lain yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang kreativitas dan inovasi lebih khususnya mengenai inovasi produk kuliner.

1.6 Lokasi dan lamanya Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Warung Ubi Ibu yang berada di Taman Cibeunying, Jl. Taman Cibeunying Selatan, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung.

1.6.2 Lamanya Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan September 2023 sampai dengan Februari 2024, penelitian dilaksanakan dalam tiga tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan penyusunan laporan penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel Jadwal Penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian

NO	Kegiatan	Tahun	2023-2024																							
		Bulan	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
		Minggu	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Tahap Persiapan																									
	a. Studi Literatur																									
	b. Observasi																									
	c. Mengurus Perizinan (Pra) Penelitian																									
	d. Penulisan Proposal Usulan Penelitian																									
	e. Pengajuan Judul Usulan Penelitian																									
	f. Pengesahan Judul Usulan Penelitian																									
	g. Bimbingan																									
2.	Tahap Penelitian																									
	a. Observasi																									
	b. wawancara																									
	c. Pengolahan Data																									
	d. Analisa Data																									
	e. Penyusunan Laporan																									
3.	Tahap Pengujian																									
	a. Seminar Usulan Penelitian																									
	b. Revisi usulan Penelitian																									
	c. Sidang Skripsi																									
	d. Revisi Skripsi																									

Sumber: Data diolah peneliti