

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri berperan penting di setiap negara salah satunya di Indonesia. Kebermanfaatan industri dapat dirasakan oleh sebagian besar individu pada era industri 4.0 ini. Era industri yang saat ini berkembang tidak terlepas dari adanya prinsip terintegrasi dari revolusi industri yang sudah terjadi. Dari berbagai jenis industri yang ada di Indonesia, salah satunya adalah industri kreatif. Industri kreatif merupakan industri yang berfokus pada pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu. Oleh karena itu, industri kreatif dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat dengan memberdayakan kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kemendag, 2009).

Keberadaan industri kreatif dapat mendorong sektor ekonomi secara kreatif dan inovatif. Oleh karena itu industri kreatif semakin digemari oleh masyarakat, karena dalam pengaplikasiannya sering ditemukan pada kehidupan sehari-hari. Selain itu, industri kreatif terus berkembang keberadaannya oleh perkembangan zaman serta generasi saat ini dalam menggali kreativitas dan inovasi. Dengan berkembangnya industri kreatif, sektor ini menjadi salah satu sumber utama kegiatan ekonomi masyarakat (Kemenperin, 2015).

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) ada 17 sub sektor pada industri kreatif yaitu: 1) periklanan, 2) penerbitan, 3) seni pertunjukan, 4) aplikasi, 5) arsitektur, 6) fotografi, 7) desain komunikasi visual, 8)

televisi dan radio, 9) fesyen, 10) kuliner, 11) film, animasi dan video, 12) musik, 13) seni rupa, 14) desain produk, 15) pengembangan permainan, 16) kriya, dan 17) desain interior. Ada beberapa sub sektor yang menjadi unggulan dengan kontribusi paling besar pada industri kreatif. Sub sektor unggulan tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Persentase Unit Usaha Sub sektor Unggulan pada Industri Kreatif di Indonesia Tahun 2020

No	Sub sektor unggulan industri kreatif	Persentase
1	Kuliner	43,60%
2	Kriya	18,68%
3	Fesyen	18,08%
4	Penerbitan	4,04%
5	Penyelenggaraan Hiburan dan Rekreasi	3,02%

Sumber: Statistik Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020

Pada tabel 1.1 menunjukkan ada 5 sub sektor unggulan industri kreatif yaitu kuliner, kriya, fesyen, penerbitan, serta penyelenggaraan hiburan dan rekreasi. Persentase unit usaha tertinggi pada sub sektor industri kreatif sebesar 43,60% didominasi oleh sub sektor kuliner. Selain itu jika ditinjau dari penyerapan tenaga kerja pada industri kreatif, terbesar pada sub sektor kuliner sebesar 56,02%. Besarnya penyerapan tenaga kerja tersebut diikuti dengan rata-rata pertumbuhan tenaga kerja sebesar 6,33% selama tahun 2022 (Statistik Tenaga Kerja Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022).

Industri kreatif di setiap daerah memiliki kondisi dan kontribusi yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh faktor perkembangan dari industri kreatif tersebut. Menurut data statistik pariwisata dan ekonomi kreatif terdapat 10 Provinsi yang memiliki jumlah usaha industri pariwisata dan ekonomi kreatif terbanyak pada tahun 2020 diantaranya dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Sepuluh Provinsi dengan Persentase Banyaknya Unit Usaha Industri
Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tertinggi
di Indonesia Tahun 2020

No	Provinsi	Persentase
1	Jawa Tengah	13,62
2	Jawa Timur	13,39
3	Jawa Barat	12,10
4	Sumatera Utara	5,14
5	DKI Jakarta	4,75
6	Banten	3,78
7	Bali	3,43
8	Sulawesi Selatan	3,36
9	Sumatera Barat	3,18
10	DI Yogyakarta	2,72

Sumber: Statistik Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020

Dari tabel 1.2 diketahui Jawa Barat menempati posisi persentase terbesar ketiga yaitu sebesar 12,10%. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya banyaknya usaha industri tersebut dapat membantu masyarakat dalam perekonomian. Selain itu, dengan adanya usaha industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Jawa Barat dapat berkontribusi besar pada skala nasional di Indonesia.

Peran industri kreatif di Jawa Barat yang cukup besar dapat menjadi wadah penyerapan kreativitas dan inovasi bagi masyarakat. Oleh karena itu, industri kreatif dapat mendorong perekonomian. Oleh karena Kota Bandung menjadi ibu kota di Provinsi Jawa Barat, maka Kota Bandung menjadi salah satu kota tujuan pariwisata di Jawa Barat. Kota Bandung juga memiliki *tagline branding* “*Stunning Bandung*” yang diberikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, untuk menjadi pintu gerbang pariwisata serta dapat mewakili destinasi yang ada di Jawa Barat (Miftah, 2017).

Kegiatan pariwisata tidak terlepas dari adanya peran yang sinergis dengan industri kreatif. Salah satunya pada sub sektor industri kreatif yang paling dominan adalah kuliner. Industri kuliner dalam kaitannya pada sub sektor ekonomi atau sub sektor Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) termasuk dalam sub sektor penyediaan akomodasi dan makan minum. Berikut kondisi sub sektor PDRB penyediaan akomodasi dan makan minum di Kota Bandung dibandingkan dengan beberapa daerah lainnya di Jawa Barat, yang terlihat pada tabel 1.3 sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Sepuluh Kota/Kabupaten dengan nilai PDRB
Sub sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Tertinggi
di Jawa Barat Tahun 2022

No	Wilayah Jawa Barat (Kabupaten/Kota)	PDRB Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Menurut Harga Konstan Tahun 2022 (Juta Rupiah)
1	Kota Bandung	9.319.180
2	Kabupaten Bogor	4.356.820
3	Kota Bekasi	2.844.350
4	Kabupaten Cianjur	2.210.197
5	Kabupaten Bandung	2.070.809
6	Kabupaten Karawang	1.877.259
7	Kota Depok	1.826.543
8	Kabupaten Garut	1.789.397
9	Kota Bogor	1.734.174
10	Kabupaten Bandung Barat	1.709.150

Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2022

Berdasarkan tabel 1.4 sub sektor penyediaan akomodasi dan makan minum Kota Bandung memberikan kontribusi paling besar terhadap PDRB dibandingkan dengan beberapa Kabupaten/Kota di Jawa Barat. PDRB sub sektor penyediaan akomodasi dan makan minum di Kota Bandung sebesar 9.319.180 juta rupiah yang

berarti Kota Bandung menjadi salah satu Kota tertinggi pada penyediaan akomodasi dan makan minum.

Industri kuliner juga berkaitan dengan industri lainnya, salah satunya dengan industri pengolahan (IMK). Karena pada umumnya industri kuliner dikelola oleh usaha mikro dan kecil. Adapun banyaknya unit usaha mikro dan kecil (IMK) di Jawa Barat terlihat pada tabel 1.4 sebagai berikut:

Tabel 1. 4
Banyaknya Unit Usaha Industri Mikro dan Kecil (IMK)
di Jawa Barat Tahun 2022

No	Wilayah Jawa Barat (Kabupaten/Kota)	Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil Tahun 2022 (Unit)
1	Tasikmalaya	77.632
2	Garut	69.365
3	Sukabumi	51.307
4	Bogor	43.138
5	Bandung	41.220
6	Cianjur	36.331
7	Majalengka	33.468
8	Pangandaran	32.043
9	Ciamis	30.454
10	Kota Tasikmalaya	26.706
11	Cirebon	21.939
12	Sumedang	24.739
13	Bandung Barat	20.213
14	Bekasi	19.111
15	Indramayu	18.946
16	Kota Bandung	18.174
17	Subang	16.958
18	Karawang	15.410
19	Purwakarta	13.486
20	Kota Depok	11.429
21	Kuningan	11.317
22	Kota Bekasi	8.971
23	Kota Cimahi	6.087
24	Kota Sukabumi	5.787
25	Kota Bogor	4.620
26	Kota Banjar	4.609
27	Kota Cirebon	4.335
Provinsi Jawa Barat		667.795

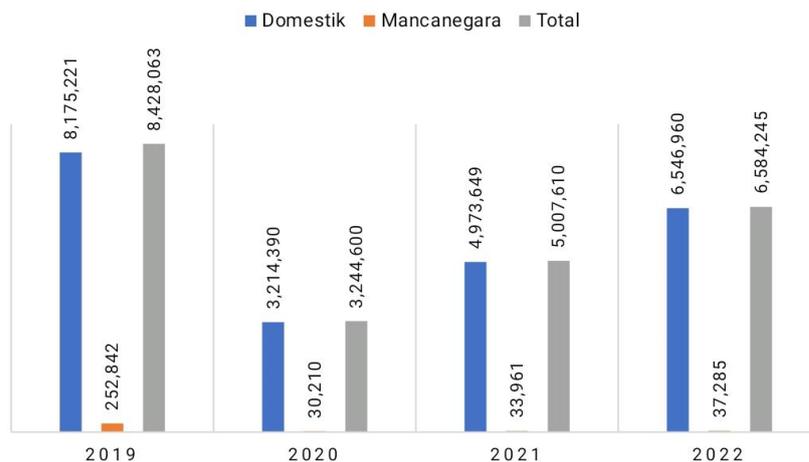
Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Barat Tahun 2024

Berdasarkan tabel 1.4 banyaknya usaha mikro dan kecil di Kota Bandung berada pada urutan ke 16 dari 27 Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Di Kota Bandung terdapat 18.174 unit usaha mikro dan kecil. Berdasarkan hal ini, Kota Bandung masih tergolong cukup besar jumlahnya dibandingkan dengan beberapa kota lainnya. Dengan kata lain, dapat dijadikan gambaran bahwasannya pelaku usaha mikro dan kecil di Kota Bandung cukup besar keberadaannya. Dengan keterlibatan pelaku usaha mikro dan kecil di Kota Bandung, dapat memberikan dorongan pada industri kuliner untuk berkembang (Ahmad, A., Nikmah, R., Fatimah, S., 2021).

Sinergisnya kegiatan pariwisata dengan industri kreatif menjadi salah satu kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor berbasis jasa yang dapat menyediakan kebutuhan konsumen atau wisatawan (Helmi, A., Wawan, H., 2019). Beberapa indikator yang ada dalam konteks pariwisata meliputi usaha pariwisata seperti destinasi wisata, restoran/rumah makan, hotel/penginapan, jasa travel, kuliner, dan lain sebagainya. Selain itu, pada dasarnya pariwisata menerapkan sistem *business to business* karena adanya transaksi konsumen yakni wisatawan dengan para pelaku usaha pariwisata.

Di setiap daerah tentu memiliki ciri khas pariwisata yang berbeda, seperti di Kota Bandung yang terkenal dengan sebutan Kota Kembang. Julukan tersebut diberikan sesuai dengan keunggulan pariwisata yang ada di Kota Bandung seperti suasana panorama yang indah dan sejuk, suasana pepohonan yang rindang, bangunan *heritage*, *study trip* warisan budaya dan lain sebagainya. Oleh karena itu,

Kota Bandung menjadi salah satu kota yang sering dikunjungi oleh wisatawan. Hal ini dibuktikan pada tahun 2024 Kota Bandung menjadi satu-satunya di Indonesia yang masuk dalam kategori “*Best of the Best Trening Destinations in The World*” yang diberikan oleh *Tripadvisor Travelers’ Choice Awards*. Kota Bandung berada pada urutan ke 15 dari 25 destinasi terbaik di dunia menurut *Tripadvisor Travelers’ Choice Awards* (Dinas Pariwisata Kota Bandung Tahun 2024). Berdasarkan data perkembangan jumlah wisatawan ke Kota Bandung dapat dilihat pada grafik 1.1 sebagai berikut:



Grafik 1. 1
Perkembangan Jumlah Wisatawan Domestik dan Mancanegara di Kota Bandung Tahun 2019 - 2022

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Tahun 2022

Pada grafik 1.1 menunjukkan perkembangan jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung terus meningkat secara signifikan. Hanya saja, pada tahun 2020 mengalami penurunan yang disebabkan oleh adanya pandemi Covid-19 (Mulyana, T., 2020). Jumlah wisatawan ini berhubungan dengan sektor jasa bagi wisatawan. Hal ini berkaitan dengan data pada tabel 1.3 yang menunjukkan PDRB penyediaan

akomodasi dan makan minum di Kota Bandung memiliki kontribusi tertinggi di Jawa Barat. Karena, wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung biasanya menggunakan jasa akomodasi dan mencicipi kuliner yang ada di Kota Bandung.

Kuliner menjadi daya tarik bagi wisatawan ketika berkunjung ke Kota Bandung. Daya tarik kuliner di Kota Bandung diantaranya adalah makanan yang cita rasanya dapat diterima semua kalangan (Tripadvisor, 2024). Selain itu, keberagaman lokasi serta kekhasan produk wisata kuliner dengan harga yang terjangkau di Kota Bandung menjadi daya tarik lebih bagi wisatawan (Deden, F., Marta, D., 2014). Pada wisata kuliner di Kota Bandung memiliki konsep kuliner siang hari dan kuliner malam hari. Khususnya pada wisata kuliner malam hari (*Culinary Night*), ada beberapa titik lokasi yang tersebar di pusat Kota Bandung diantaranya Lengkong, Burangrang, Cibeunying, Dipatiukur, dan Jalan Asia-Afrika.

Culinary Night di Kota Bandung memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Karakteristik setiap tempat *Culinary Night* ditinjau dari beberapa aspek diantaranya operasionalnya, lokasinya, jenis kulinernya, konsep kulinernya, dan lain sebagainya. Rata-rata konsep yang digunakan pada *Culinary Night* adalah *street food* yang menggunakan bahu jalan sehingga tidak permanen tempatnya, seperti di Lengkong, Cibeunying, dan Dipatiukur. Adapun *Culinary Night* yang menggunakan tempat permanen seperti kios di Burangrang. Adapun hasil survey pendahuluan yang dilakukan melalui wawancara kepada narasumber di beberapa *Culinary Night* di Kota Bandung dapat dilihat pada tabel 1.5 sebagai berikut:

Tabel 1. 5
Hasil Survey Pendahuluan pada Beberapa Tempat *Culinary Night*
di Kota Bandung

No.	Aspek	Cibeunying	Burangrang	Lengkong
1	Tahun awal beroperasi	1996	2004	2012
2	Kelengkapan menu	Makanan lokal	Makanan lokal	Makanan lokal, Korean food, Japanese food, dan Western food
3	Jumlah pedagang	30	37	100
4	Jumlah pengunjung	100	200-300	500
5	Jam operasional	16.00-23.00 WIB	09.00-22.00 WIB	16.00-24.00 WIB
6	Area parkir	Cukup luas	Cukup luas	Cukup luas dan terorganisir
7	Strategisnya lokasi	Akses jalan mudah dan dilalui angkot arah supratman	Akses jalan mudah dan dilalui angkot arah elang cadas - kebon kelapa	Akses jalan mudah dan dilalui angkot arah buah batu - binong
8	Intensitas pengunjung saat weekend (sabu-minggu)	Lebih banyak	Lebih banyak	Lebih banyak

Sumber: Survey Pendahuluan Peneliti Tahun 2024

Hasil survey pendahuluan dapat dijadikan komponen penting dalam menentukan objek penelitian. Survey pendahuluan ini mempertimbangkan beberapa indikator yang terdapat pada tabel tersebut. Hasil survey pendahuluan menyimpulkan, Lengkong *Culinary Night* memiliki keunggulan pada indikator diantaranya adalah 1) lokasi yang strategis karena dengan dengan alun-alun Kota Bandung, 2) memiliki lebih banyak kuantitas pedagang dan pengunjung, 3) daya tarik yang kuat untuk tren kuliner saat ini serta 4) variasi menu yang beragam dari makanan lokal hingga makanan modern. Potensi wisata kuliner Lengkong *Culinary Night* Menunjukkan memenuhi aspek 4A yaitu *Attraction* (Atraksi), *Amenity*

(Fasilitas), *Ancillary* (Fasilitas tambahan) dan *Accessibility* (Aksesibilitas) sehingga sangat memungkinkan potensinya untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata kuliner yang berkelanjutan (Rizkyatul, A., dkk., 2023). Namun, adanya kelemahan pada Lengkong *Culinary Night* dikarenakan menggunakan konsep *street food* maka menggunakan area bahu jalan. Penggunaan area bahu jalan tersebut dapat menyebabkan kemacetan arus lalu lintas dan tempat yang tidak permanen.

Lengkong *Culinary Night* juga berperan penting dalam meningkatkan produktivitas masyarakat, melalui kreativitas dan inovasi khususnya dalam kegiatan ekonomi bidang kuliner. Lengkong *Culinary Night* memberikan keunggulan diantaranya produk yang bervariasi dan harga yang terjangkau berkisar antara Rp 5000-Rp60.000. Kemudian kemudahan dalam pemesanan platform belanja online seperti *shopee food*, *Gofood*, *Grabfood*, dan *Maxim food*. Dengan kemudahan layanan online, konsumen lebih mudah mengakses Lengkong *Culinary Night* (Hilman, R., Dkk., 2023).

Adanya sebuah tempat yang dikembangkan dan dimodifikasi menjadi lokasi wisata khususnya wisata kuliner diharapkan dapat berdampak bagi ekonomi masyarakat. Wisata kuliner dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jenis lapangan pekerjaan dan jumlah tenaga kerja yang terserap (Rismayanto, E., Danangdjojo, T., 2015). Dampak ekonomi bagi masyarakat tersebut ada tiga komponen yaitu bagi pelaku usaha kuliner, masyarakat, dan pemerintah daerah. Adapun dampak bagi pelaku usaha kuliner melalui pendapatan atau keuntungan dari penjualannya. Kemudian, bagi masyarakat dapat berkontribusi menjadi pekerja di tempat wisata kuliner tersebut

serta adanya *multiplier effect* pada masyarakat seperti menjadi petugas parkir, petugas keamanan, petugas kebersihan, dan lain sebagainya. Selain itu juga, dengan adanya wisata kuliner akan berdampak pada jasa usaha pariwisata seperti akomodasi penginapan yang lokasinya berdekatan dengan wisata kuliner. Sedangkan dampak bagi pemerintah daerah melalui pendapatan asli daerah baik dari retribusi pajak, retribusi parkir, retribusi dari pedagang, dan produktivitas masyarakat meningkat karena kegiatan ekonomi semakin tinggi (Putra, P., Dkk., 2017).

Oleh karena itu, untuk mengetahui seberapa besar dampak ekonomi dari keberadaan Lengkong *Culinary Night* pada ekonomi masyarakat, menjadi menarik untuk diteliti. Sehingga penelitian ini ingin menganalisis mengenai hal tersebut dengan menggunakan metode kualitatif, dengan judul penelitian “**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN LENGKONG *CULINARY NIGHT* PADA EKONOMI MASYARAKAT**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, identifikasi masalah yang dapat dikaji pada penelitian ini adalah:

1. Lokasi wisata kuliner yang tidak permanen: wisata kuliner Lengkong *Culinary Night* menggunakan konsep *street food* yang dimana dalam operasionalnya menggunakan area badan jalan. Dikarenakan menggunakan area badan jalan maka Lengkong *Culinary Night* memiliki kemungkinan untuk menjadi ditiadakan oleh pemerintah. Selain itu juga menggunakan

area badan jalan dapat menimbulkan dampak kemacetan lalu lintas pada transportasi.

2. Pesaing kuliner malam lain: wisata kuliner di Kota Bandung memiliki karakteristik yang berbeda di setiap lokasinya. Perlu adanya pengkajian potensi wisata kuliner Lengkong *Culinary Night* untuk dapat terus bertahan dan berinovasi di setiap perubahan selera wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Pengelolaan potensi yang maksimal akan memberikan gambaran kedepan yang dapat mempertahankan eksistensi Lengkong *Culinary Night*.
3. Kondisi dan Preferensi wisatawan yang dinamis: peran wisatawan dalam wisata kuliner sangat penting. Para wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung, ketika mereka sudah pernah mendatangi Lengkong *Culinary Night* dapat memberikan kemungkinan wisatawan tersebut tidak berkunjung kembali ke Lengkong *Culinary Night*. Perubahan kondisi dan preferensi wisatawan yang dinamis menjadi salah satu tantangan kegiatan pariwisata untuk dapat merencanakan strategi pengembangan.
4. Wisata kuliner tidak untuk semua generasi: di setiap generasi memiliki selera yang berbeda terhadap kuliner. Keberadaan Lengkong *Culinary Night* dengan konsep variasi makanan yang modern seperti *korean food* dan *japanese food* lebih mengarah dan cocok kepada generasi Z. Oleh karenanya, tidak semua generasi dapat menikmati menu kuliner yang ada di Lengkong *Culinary Night*.
5. Keamanan daerah sekitar: adanya Lengkong *Culinary Night* memberikan dampak keramaian yang cukup besar pada daerah tersebut. Sehingga

dengan adanya Lengkong *Culinary Night* perlu adanya pertimbangan mengenai keamanan daerah sekitar. Karena keramaian yang ditimbulkan dapat memungkinkan adanya tindak kriminalitas dan risiko lainnya yang dapat terjadi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas oleh penulis, rumusan masalah yang dikaji pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik wisata kuliner dan pengunjung di Lengkong *Culinary Night*?
2. Bagaimana dampak ekonomi yang ditimbulkan dari aktivitas di Lengkong *Culinary Night*?
3. Apa faktor pendukung dan penghambat perkembangan wisata kuliner di Lengkong *Culinary Night*?
4. Bagaimana strategi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan dampak ekonomi di Lengkong *Culinary Night*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk memahami karakteristik wisata kuliner dan pengunjung di Lengkong *Culinary Night*.
2. Untuk mengetahui dampak ekonomi yang ditimbulkan dari aktivitas di Lengkong *Culinary Night*.

3. Untuk mengestimasi faktor pendukung dan penghambat perkembangan wisata kuliner di Lengkong *Culinary Night* yang akan berdampak pada perekonomian masyarakat.
4. Untuk menganalisis strategi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan nilai manfaat di Lengkong *Culinary Night*.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta berguna dalam memberikan kontribusi. Adapun manfaat penelitian terbagi atas manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam literasi pada setiap individu serta dapat memberikan pengembangan ilmu pengetahuan yang ada. Selain itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi inovasi dalam kajian baru terkait dengan ilmu ekonomi dengan fenomena pariwisata yang terus berkembang dalam mengikuti perkembangan zaman yang sering dikenal dengan pemikiran ekonomi kreatif. Penelitian ini juga dapat menjadi sebuah topik untuk memperdalam kajian tersebut serta penelitian ini dapat menjadi bahan referensi serta acuan bagi lembaga pendidikan yang ada khususnya Universitas Pasundan.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Lembaga Pendidikan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam sarana informasi serta edukasi yang berguna khususnya untuk lembaga pendidikan yang mempelajari ilmu ekonomi dalam memahami makna komprehensif dari ilmu ekonomi melalui perkembangan ekonomi kreatif saat ini.

2. Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan literasi serta edukasi ilmu pengetahuan baru umumnya dalam menangani di bidang ekonomi yang terus melekat pada khalayak umum dan khususnya di Program Studi Ekonomi Universitas Pasundan.

3. Bagi Mahasiswa/i

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi referensi baru mengenai perkembangan ilmu ekonomi yang terus mengikuti perkembangan zaman terutama pada kondisi di Kota Bandung ataupun kepada mahasiswa yang tertarik untuk meneliti kajian ini lebih lanjut

4. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi pembuka pola pikir yang lebih luas dan tantangan dalam menggali ilmu pengetahuan khususnya di bidang ekonomi bagi penulis. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pemahaman ilmu ekonomi yang inovatif, kreatif, dan komprehensif bagi penulis untuk di kemudian hari dapat berguna di kehidupan selanjutnya.

1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Fenomena yang diteliti adalah Lengkong *Culinary Night*, yang dimana Lengkong *Culinary Night* merupakan salah satu wisata kuliner yang ada di Kota Bandung. Pada dasarnya Lengkong *Culinary Night* menggunakan konsep yang sama seperti *Culinary Night* yang lain yakni menggunakan konsep *street food*. Penelitian ini hanya mengkaji objek wisata kuliner Lengkong *Culinary Night* yang berlokasi di Jalan Lengkong Kecil, RW 01 s.d RW 04, Kelurahan Paledang, Kota Bandung. Dalam penelitian ini berfokus pada tiga komponen informan penting yang terdapat di Lengkong *Culinary Night* yaitu pelaku usaha kuliner, konsumen, dan masyarakat. Dalam pengambilan informan tersebut menerapkan beberapa kriteria untuk memaksimalkan dalam penggalian informasi secara mendalam serta Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*.

Penelitian ini memiliki ruang lingkup yang hanya berfokus pada dampak keberadaan Lengkong *Culinary Night* pada ekonomi masyarakat dengan memprioritaskan tujuan awal pembentukannya. Tujuan awal pembentukan Lengkong *Culinary Night* yakni sebagai wadah potensi ekonomi masyarakat khususnya dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu, pembentukan Lengkong *Culinary Night* diharapkan akan menjadi pusat destinasi wisata kuliner khas Sunda yang berada di Kota Bandung. Hal ini dikolaborasikan untuk memberdayakan masyarakat lokal serta memberikan pengalaman kuliner khas Sunda bagi wisatawan yang datang ke Kota Bandung.