

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

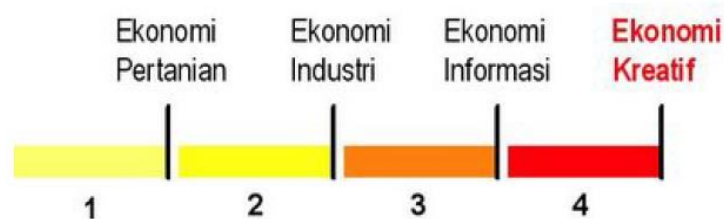
2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teori yang relevan dan diungkapkan oleh para ahli terkait dengan kajian penelitian yang dilakukan. Teori-teori tersebut menyangkut dalam fenomena yang semakin berkembang berkaitan dengan ilmu ekonomi. Dalam analisis ekonomi kreatif merupakan sebuah wujud dan upaya dalam pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, inovasi dan berdaya saing. Ekonomi kreatif merupakan sebuah adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi negara-negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk negara-negara berkembang. Peran besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan juga melalui ide, talenta, dan kreativitas (Kemendag, 2009).

2.1.1 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif menurut *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) didefinisikan sebagai penggabungan dari siklus perekonomian yang dinamis dalam mengupayakan seluruh bagian industri kreatif yaitu perdagangan, tenaga kerja, dan produksi untuk dapat memberikan peluang baru bagi negara-negara berkembang serta dapat memberikan dorongan bagi pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi.

Perkembangan zaman saat ini terus memberikan banyaknya peluang dalam menggerakkan siklus perekonomian secara modern. Sebuah perubahan yang terdapat pada pengalokasian ide, talenta, kreativitas, dan inovasi memberikan pandangan bahwa perlunya sebuah gagasan baru dalam menghadapi kegiatan ekonomi yang semakin berkembang. Ekonomi kreatif merupakan salah satu cabang dari ilmu ekonomi yang berkombinasi dengan sebuah pewadahan kreativitas manusia yang dapat memberikan dorongan siklus fenomena perekonomian. Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini tidak bisa hanya mengandalkan supremasi dalam bidang industri, tetapi harus lebih mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif sehingga kemudian pada tahun 1990-an dimulailah era ekonomi baru yang mengintensifikasikan informasi dan kreativitas maka terbentuklah ekonomi kreatif yang digerakkan oleh sektor industri kreatif (Kemendag, 2009). Berikut pola pergeseran gelombang ekonomi dari ekonomi pertanian menuju pada ekonomi kreatif.



Gambar 2. 1
Pergeseran Orientasi Gelombang Ekonomi
Sumber: Kementerian Perdagangan Tahun 2009

Dari gambar 2.1 dapat diketahui bahwa terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi yang dimulai dari era ekonomi pertanian ke era ekonomi industrialisasi, setelah itu terbentuk era ekonomi informasi yang diikuti penemuan-

penemuan teknologi informasi hingga pada sampai tahap saat ini yaitu ekonomi kreatif. Pada dasarnya ekonomi kreatif sebenarnya merupakan suatu wujud transformasi ekonomi yang mengikuti perkembangan dan kebutuhan zaman saat ini. Dalam hal ini ekonomi kreatif menjadi wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas sumber daya manusia yang dapat memberikan daya saing dan sumber daya yang terbarukan (Kemendag, 2009).

Menurut John Howkins (2001) ekonomi kreatif adalah ekonomi yang memiliki ciri-ciri keunggulan pada sisi kreativitas dalam menghasilkan berbagai desain kreatif yang melekat pada produk barang atau jasa yang dihasilkan. Oleh karenanya sebuah gagasan atau ide dalam proses kegiatan ekonomi masyarakat saat ini perlunya dilakukan secara berkala agar kondisi perekonomian masyarakat dapat mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan individu setiap generasi di masa mendatang.

Valentine Siagan (2020) menyimpulkan bahwa ekonomi kreatif merupakan proses penciptaan, kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa, yang dalam prosesnya membutuhkan kreativitas dan kemampuan intelektual.

2.1.2 Industri

Menurut Stigler (1968) industri merupakan sebuah studi dalam memberikan pemahaman tentang struktur dan perilaku industri dalam perekonomian, khususnya mencakup struktur perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam hal ini, Stigler juga menerapkan industri pada penerapan teori mikroekonomi dalam analisis tentang pasar, perusahaan, dan industri. Hanya saja berbeda dengan

mikroekonomi yang bersifat abstrak, deduktif, dan kaku sedangkan ekonomi industri bersifat fleksibel dan induktif.

Pada umumnya industri merupakan kumpulan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang sejenis. Hal ini dapat terjadi karena adanya struktur pasar. Struktur pasar adalah salah satu dari bidang perekonomian yang didalamnya memuat keteraturan empiris yang kuat dan tajam dalam skala luas pada sektor industri, industri terbentuk oleh beberapa pihak yang berkepentingan dalam mekanisme persaingan (Mark Armstrong, 2007). Oleh karenanya, industri menjadi cabang ilmu ekonomi yang penting dipelajari. Menurut Hasibuan (1993) industri semakin penting dipelajari yaitu disebabkan beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1. Praktik-praktik struktur pasar yang semakin terkonsentrasi dalam kegiatan bisnis.
2. Semakin tinggi konsentrasi industri maka persaingan antarperusahaan akan semakin rendah dan sering menjadi hambatan bagi pesaing untuk masuk ke dalam pasar.
3. Konsentrasi industri yang tinggi berakibat pada adanya konsentrasi kekayaan.
4. Kaitan struktur industri dengan penyelesaian masalah-masalah ekonomi yang berkaitan dengan intervensi pemerintah.
5. Pengambilan keputusan secara tepat dalam mencapai kesejahteraan.

Menurut UU No. 3 tahun 2014 tentang perindustrian, industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga dapat menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk dengan jasa industri. Adapun klasifikasi jenis industri di Indonesia menurut Peraturan Menteri Perindustrian nomor 45 tahun 2020 terbagi menjadi 2 diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Industri besar yang terdiri dari 1) industri agro, 2) industri kimia, farmasi, dan tekstil 3) industri logam, mesin, alat transportasi dan elektronika
2. Industri kecil dan menengah, dan aneka

Badan Pusat Statistik menyimpulkan bahwa industri adalah suatu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk menghasilkan barang atau jasa serta memiliki catatan administrasi mengenai produksi dan struktur biaya. Khususnya pada industri manufaktur dikelompokkan menjadi 4 golongan berdasarkan banyaknya pekerja yaitu industri besar (100 pekerja atau lebih), industri sedang/menengah (20-99 pekerja), industri kecil (5-19 pekerja), dan industri mikro (1-4 pekerja) (BPS Jawa Barat, 2024).

2.1.3 Industri Kreatif

Industri kreatif menjadi penggerak utama pada konsep ekonomi kreatif yang berkembang saat ini. Oleh karenanya industri kreatif dengan ekonomi kreatif menjadi perpaduan yang akan selalu berkaitan. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat yang dimiliki

individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri ini akan berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu (Kemendag, 2009).

Menurut *United Kingdom Department of Culture, Media, and Sport* (UK DCM) *Task Force* 1998 (dalam Safar Uddin, 2022) bahwa industri kreatif adalah industri yang berasal dari kreativitas individu yang secara potensial mampu untuk menciptakan kekayaan intelektual individu tersebut.

A. Industri Kreatif di Indonesia

Ruang lingkup ekonomi kreatif di Indonesia berdasarkan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 sebagai berikut:

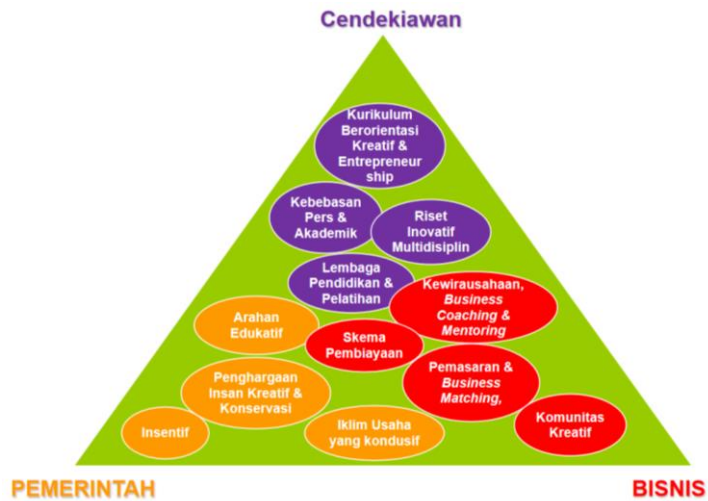
1. Periklanan merupakan suatu aktivitas ekonomi kreatif yang sering ditemukan oleh masyarakat umum karena disetiap kegiatan mengarah pada media tertentu yang terdapat layanan periklanan melalui komunikasi satu arah.
2. Arsitektur menjadi salah satu kegiatan ekonomi kreatif yang bergerak pada bidang desain-desain yang dirancang untuk bangunan baik dalam desain perencanaan kota, desain perkotaan, hingga detail konstruksi.
3. Pasar seni dan barang antik adalah suatu aktivitas perdagangan barang-barang yang memiliki nilai estetika seni, unik, bahkan barang yang memiliki nilai sejarah. Biasanya beroperasi melalui berbagai tempat seperti galeri seni, toko, pasar swalayan, dan platform internet.

4. Kerajinan yakni kegiatan kreatif yang didalamnya melibatkan pembuatan produk oleh pengrajin tertentu untuk dapat menghasilkan produk yang dapat memberikan nilai ekonomis.
5. Desain merupakan suatu kegiatan kreatif yang melibatkan kreativitas-kreativitas dalam membuat rancangan sesuatu yakni desain grafis, desain interior, desain produk, serta jasa-jasa desain seperti jasa riset pemasaran, desain kemasan produk hingga identitas sebuah perusahaan.
6. *Fashion* (mode) merupakan suatu kegiatan kreatif yang terkait barang-barang yang digunakan sehari-hari melalui desain pakaian, aksesoris, alas kaki, produksi pakaian dan aksesoris serta jasa konsultasi lini produk.
7. Film, *video*, dan fotografi menjadi kegiatan kreatif yang sering menjadi bahan hiburan bagi masyarakat saat ini yakni melalui produksi perfilman, *video* animasi, dan jasa fotografi.
8. Permainan interaktif ini berkaitan dengan kegiatan kreatif yang terkait dengan pembuatan, produksi, hingga distribusi permainan atau *game*. Selain itu juga kegiatan kreatif ini dapat berupa video edukasi dan hiburan.
9. Musik merupakan suatu kegiatan kreatif yang biasanya melibatkan komposisi, pertunjukan, dan distribusi hasil rekaman musik.
10. Seni pertunjukan merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pengembangan konten dan membuat kegiatan pertunjukan seni seperti wayang, teater, tari, dan lain sebagainya.

11. Penerbitan dan percetakan merupakan kegiatan kreatif yang bergerak pada pembuatan serta mempublikasi karya-karya tulis seperti buku maupun buku dalam bentuk digital.
12. Layanan komputer dan piranti lunak yaitu kegiatan kreatif yang mengarah pada pemanfaatan teknologi informasi mengenai *software* melalui layanan komputer, pengolahan data, pengembangan data base, desain dan analisis sistem dan lain sebagainya yang berkaitan dengan teknologi informasi.
13. Radio dan televisi yaitu kegiatan kreatif yang melibatkan pada fokus broadcasting melalui kreasi, pembuatan serta pengemasan acara televisi, penyiaran dan konten acara radio, dan lain sebagainya.
14. Riset dan pengembangan ini berkaitan dengan kegiatan kreatif yang terkait dengan inovasi dalam penemuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) serta memberikan wadah dalam peningkatan literasi ilmu baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang memenuhi kebutuhan pasar saat ini.

Namun saat ini, Ditinjau dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bahwa sub sektor ekonomi kreatif sudah bertambah satu sub sektor yaitu sub sektor kuliner yang dengan kata lain jumlah ekonomi kreatif saat ini sebanyak 15 sub sektor. Sub sektor kuliner merupakan sebuah kegiatan ekonomi kreatif yang berbasis umumnya berorientasi pada pengembangan kuliner-kuliner di setiap daerah yang berakselerasi dengan sektor pariwisata. Selain itu, kegiatannya dapat mengelola mengenai hak izin usaha bagi pelaku usaha kuliner.

Berdasarkan sub sektor yang terdapat dalam industri kreatif, adapun aktor dan faktor penggerak industri kreatif yakni dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. 2
Aktor dan Faktor Penggerak Industri Kreatif
 Sumber: Kementerian Perdagangan Tahun 2009

Peran utama ketiga aktor (cendekiawan, pemerintah, dan bisnis/entrepreneur) tersebut disebut dengan *triple helix* (Kemendag, 2009). Dalam gambar yang disebut dengan *triple helix* yaitu menggambarkan pentingnya dalam sinergitas yang tercipta tiga kutub yaitu melalui terjadinya bisnis dan pemerintah sehingga sirkulasi pengetahuan yang ditemukan pada inovasi dan kreativitas dapat mendorong potensi ekonomi atau *knowledge capital* (modal pengetahuan).

2.1.4 Industri Pariwisata

Industri pariwisata menurut UU nomor 10 tahun 2009 bahwa industri pariwisata bergerak dalam pengelolaan kumpulan usaha pariwisata yang saling berkaitan dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Pada industri pariwisata didalamnya terdapat fenomena sosial, budaya, dan ekonomi yang melibatkan

pergerakan orang ke negara atau tempat di luar lingkungan biasanya untuk tujuan pribadi atau bisnis (UNWTO, 2008).

Industri pariwisata menjadi salah satu industri yang dapat mempengaruhi perekonomian suatu negara. Industri pariwisata dapat meningkatkan pendapatan luar negeri (devisa), menciptakan lapangan pekerjaan, sebagai alat pembangunan regional, terjadinya *multiplier effect* pariwisata terhadap pendapatan dan meningkatkan pendapatan negara melalui pajak-pajak (Heru Pramono, 1993).

A. Industri Pariwisata di Indonesia

Ruang lingkup ekonomi pariwisata di Indonesia berdasarkan UU Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan sebagai berikut:

1. Pengembangan destinasi pariwisata merupakan suatu aktivitas yang terkonsep dalam pembangunan kebutuhan pariwisata seperti infrastruktur, fasilitas pendukung, pengembangan atraksi dan kegiatan yang dapat meningkatkan dan mengoptimalkan kunjungan wisatawan.
2. Pemasaran Pariwisata merupakan suatu aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan serta menarik kunjungan wisatawan melalui strategi promosi, pemasaran destinasi pariwisata dan dilakukannya kerjasama pariwisata.
3. Pengelolaan daya tarik wisata adalah suatu pemeliharaan objek dan daya tarik wisata agar dapat berinovasi dalam mengembangkan produk pariwisata yang kompetitif.

4. Pemberdayaan masyarakat lokal menjadi salah satu komponen dalam mengintegrasikan pengembangan pariwisata dengan memanfaatkan sumber daya alam dan budaya secara berkelanjutan.
5. Perlindungan pariwisata yaitu dalam menjamin keamanan, keselamatan, kenyamanan wisatawan serta pelestarian lingkungan dan warisan budaya.
6. Pendidikan dan pelatihan dilakukan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan dan profesionalisme sumber daya manusia pada industri pariwisata.
7. Standarisasi dan sertifikasi yang mengatur dalam penetapan standar pelayanan industri pariwisata dan mengelola sertifikasi untuk usaha-usaha pariwisata, profesi pariwisata, serta produk dan layanan pariwisata.
8. Penanaman modal merupakan suatu regulasi dalam investasi di sektor pariwisata baik yang dilakukan dalam negeri maupun luar negeri untuk mendorong pengembangan infrastruktur dan layanan pariwisata.
9. Pengawasan dan pengendalian merujuk pada tanggungjawab pemerintah dalam kegiatan operasional kegiatan pariwisata dalam memastikan kepatuhan standar dan regulasi yang ditetapkan.

B. Jenis dan Klasifikasi Pariwisata

Keanekaragaman obyek dan daya tarik wisata dapat dikembangkan menjadi suatu destinasi unggulan pada kegiatan

pariwisata. Adapun jenis-jenis pariwisata menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor adalah sebagai berikut:

1. Pariwisata etnik (*ethnic tourism*) yaitu kegiatan pariwisata yang berkaitan dengan perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat.
2. Pariwisata budaya (*culture tourism*) yaitu kegiatan pariwisata yang dilakukan untuk merasakan gaya hidup yang telah hilang dari ingatan manusia.
3. Pariwisata rekreasi (*recreation tourism*) yaitu kegiatan pariwisata yang bertujuan untuk *reflection* melalui kontak sosial dengan suasana santai.
4. Pariwisata alam (*eco tourism*) yaitu perjalanan pariwisata ke suatu tempat yang masih asli atau belum tercemar dengan tujuan mempelajari, mengagumi, menikmati, pemandangan alam atau budaya di tempat tersebut.
5. Pariwisata kota (*city tourism*) yaitu perjalanan wisata ke suatu kota untuk menikmati pemandangan atau budaya di tempat tersebut.
6. *Resort city* yaitu kota atau perkampungan yang mempunyai tumpuan kehidupan pada persediaan sarana atau prasarana wisata berupa penginapan, restoran, olahraga, hiburan, dan persediaan tamasya lainnya.

7. Pariwisata agro (*agro tourism*) merupakan perjalanan pariwisata untuk merasakan serta mempelajari kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan yang bertujuan untuk melestarikan alam.

C. Unsur Keterkaitan dalam Pariwisata

Untuk melengkapi kegiatan atau perjalanan pada objek pariwisata tersebut, terdapat keterkaitan unsur-unsur dalam pariwisata meliputi sebagai berikut:

1. Akomodasi merupakan suatu tempat seseorang untuk tinggal sementara pada saat perjalanan pariwisata.
2. Jasa Boga dan Restoran merupakan industri di bidang jasa penyelenggaraan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial.
3. Transportasi dan jasa angkutan yaitu industri usaha jasa yang bergerak di bidang angkutan darat, laut, dan udara.
4. Atraksi wisata merupakan kegiatan pariwisata yang dapat menarik perhatian wisatawan atau pengunjung.
5. Cenderamata (*souvenir*) merupakan benda yang dijadikan buah tangan maupun kenang-kenangan untuk dibawa oleh wisatawan pada saat kembali ke tempat asal.
6. Biro perjalanan adalah badan usaha pelayanan dan penyediaan semua proses perjalanan dari berangkat hingga kembali.

2.1.5 Industri Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (Industri Kuliner)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung usaha penyediaan akomodasi adalah usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Usaha penyediaan akomodasi diantaranya berupa hotel, vila, pondok wisata, bumi perkemahan, dan lain sebagainya. Pada umumnya usaha penyediaan akomodasi tersebut menyediakan jasa pelayanan makan dan minum (BPS Kota Bandung, 2024). Usaha penyediaan makan minum juga menjadi salah satu sarana munculnya ikon kepariwisataan di setiap daerah. Usaha penyediaan makan minum menjadi komponen pendukung pada kegiatan pariwisata. Oleh karenanya, usaha penyediaan akomodasi saling berkaitan dengan makan dan minum.

Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) tahun 2015, usaha penyediaan makan minum mencakup kegiatan pelayanan makan minum yang menyediakan makanan atau minuman untuk dikonsumsi baik restoran tradisional, restoran *self-service*, atau restoran *take-away* ataupun di tempat tetap maupun sementara dengan atau tanpa tempat duduk (Statistik Penyedia Makan Minum, 2020).

Industri kuliner merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi, dan atau barang jadi berupa masakan atau makanan olahan (Ramadhan, F., Dkk., 2014). Dalam hal ini bergeraknya industri kuliner dapat mendorong aspek-aspek lain yang dapat meningkatkan produktivitas masyarakat melalui keikutsertaan pelaku UMKM. Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar

terhadap pertumbuhan ekonomi nasional serta capaian kinerja tercatat konsisten positif melalui perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja (Kemenperin, 2019).

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk memperkaya perspektif penelitian ini, maka selain dari kajian teori yang telah dijelaskan maka untuk menunjang penelitian ini dilakukan juga *review* pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan serta berkaitan dengan topik pada penelitian ini. Berikut beberapa penelitian tersebut adalah:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Nama, Tahun	Tujuan dan Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian
1	Dampak Wisata Kuliner Oleh-Oleh Khas Yogyakarta Terhadap Perekonomian Masyarakat Edy Rismiyanto & Totok Danangdjojo (2015)	Tujuan penelitian: dampak digalakkannya wisata kuliner oleh-oleh khas Yogyakarta terhadap perekonomian masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan dampak wisata kuliner oleh-oleh khas yogyakarta berdampak positif terhadap perekonomian masyarakat. Hal ini dilihat dari meningkatnya jenis lapangan pekerjaan dan jumlah tenaga kerja yang terserap dalam sektor ini.	Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa wisata kuliner dapat memberikan dampak positif yakni meningkatnya jenis lapangan pekerjaan, banyaknya terserap jumlah tenaga kerja, dan tercukupinya kebutuhan hidup. Hal ini dijadikan landasan pada penelitian yang akan menganalisis dampak ekonomi masyarakat terhadap wisata kuliner di Lengkong <i>Culinary Night</i> .
2	<i>Image Bandung Culinary Travel Destinations as Seen from The Perception of</i>	Tujuan penelitian: mendeskripsikan persepsi wisatawan terhadap citra kota dari aspek kognitif kuliner Bandung.	Penelitian ini memberikan pandangan analisis bahwa kota bandung sebagai destinasi wisata kuliner dinilai baik oleh wisatawan serta dapat

No	Judul Penelitian, Nama, Tahun	Tujuan dan Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian
	<p><i>Tourists to The City of Bandung</i></p> <p>Deden Firmansyah & Marta Dina (2018)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan aspek kognitif pada Citra Kota Bandung sebagai destinasi wisata kuliner sudah dinilai baik oleh wisatawan. Indikator tertinggi adalah kemenarikan produk wisata kuliner Kota Bandung</p>	<p>menjadi evaluasi dari aspek kognitif citra Kota Bandung. Hal ini berkaitan dengan dasar bahwa wisata kuliner di Kota Bandung menjadi unggulan bagi wisatawan.</p>
3	<p>Lengkong <i>Street Food</i> Sebagai Wadah Ekonomi Kreatif di Kota Bandung</p> <p>Randi Hilman, Dkk (2023)</p>	<p>Tujuan penelitian: mengembangkan ekonomi kreatif sebagai wadah komunitas jajanan kaki lima Lengkong di Kota Bandung.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan produk kuliner Lengkong street food dapat mendongkrak perekonomian Kota Bandung dengan cepat melalui ekonomi kreatif bidang jajanan Lengkong <i>street food</i>.</p>	<p>Penelitian ini memaparkan bahwa produk kuliner Lengkong street food dapat memberikan dampak yang besar dan cepat bagi perekonomian Kota Bandung serta diberikannya wadah masyarakat dalam keikutsertaan pada ekonomi kreatif melalui Lengkong <i>street food</i>. Hal ini berkaitan dengan topik permasalahan yang akan diteliti yaitu terkait dampak ekonomi masyarakat oleh keberadaan Lengkong <i>Culinary Night</i>.</p>
4	<p>Tren <i>Foodie</i>: Potensi <i>Street Food</i> di Jakarta</p> <p>Douwes Lasmana (2020)</p>	<p>Tujuan penelitian: menganalisis bagaimana <i>foodie</i> melalui instagram mempromosikan bisnis makanan jalanan di Jakarta dengan meningkatkan hubungan antara merek dan pelanggan.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan instagram digunakan <i>foodie</i> untuk mereview kuliner dalam bentuk konten serta dapat dijadikan wadah bisnis bagi</p>	<p>Penelitian ini mengemukakan keterkaitan antara para <i>foodie</i> dengan <i>street food</i>, hal ini sesuai dengan penelitian yang akan menganalisis Lengkong <i>Culinary Night</i> menjadi tren para <i>foodie</i>.</p>

No	Judul Penelitian, Nama, Tahun	Tujuan dan Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian
		<p>foodie. foodies juga menggunakan konten mereka terutama untuk berbagi vendor tren baru dan pada saat yang sama dapat meningkatkan kualitas hubungan antara merek dan pelanggan.</p>	
5	<p>Potensi Lengkong <i>Culinary Night</i> Sebagai Daya Tarik Wisata</p> <p>Adinda Rizkyatul, Dkk (2023)</p>	<p>Tujuan penelitian: menggali potensi suatu tempat sebagai daya tarik wisata.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan Lengkong <i>Culinary Night</i> mampu memenuhi aspek 4A <i>Attraction, Amenity, Ancillary,</i> dan <i>Accessibility</i> sehingga sangat memungkinkan potensinya untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata kuliner yang berkelanjutan.</p>	<p>Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa pada wisata kuliner Lengkong <i>Culinary Night</i> memenuhi aspek potensial dalam mengembangkan daya tarik wisata kuliner yang berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan objek penelitian yang akan dilakukan yakni di Lengkong <i>Culinary Night</i> serta dapat dijadikan landasan dalam menganalisis faktor pendukung dan penghambat pada Lengkong <i>Culinary Night</i>.</p>
6	<p><i>Culinary Tourism as a Driver Of Regional Economic Development and Socio Cultural Revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia</i></p> <p>Amare Wondiradad, Dkk (2021)</p>	<p>Tujuan penelitian: mengkaji kontribusi dari wisata kuliner hingga pengembangan sosial ekonomi dan revitalisasi budaya destinasi pariwisata menggunakan teori rantai nilai Porter.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan perencanaan yang tepat, pengembangan, dan pengelolaan wisata kuliner mendorong pengembangan ekonomi dan sosial budaya revitalisasi destinasi dengan</p>	<p>Penelitian ini mengemukakan bahwa perencanaan dan pengembangan yang dilakukan secara tepat selain akan meningkatkan destinasi wisata tetapi juga akan meningkatkan kondisi perekonomian. Hal ini akan menjadi landasan dalam penelitian yang akan mengeksplorasi wisata kuliner dalam penggerak perekonomian masyarakat lokal.</p>

No	Judul Penelitian, Nama, Tahun	Tujuan dan Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian
		memperkuat hubungan antar sektoral dan pemberdayaan masyarakat lokal.	
7	Strategi Pengembangan Wisata Kuliner pada Jombang Kuliner Denok Fitri, Dkk (2022)	Tujuan penelitian: menganalisis strategi pengembangan wisata kuliner di jombang kuliner, kabupaten jombang. Hasil penelitian menunjukkan strategi pengembangan wisata kuliner di jombang kuliner yang dapat mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki maka akan dapat melakukan diversifikasi potensi wisata dan meningkatkan jumlah kunjungan.	Penelitian ini mengemukakan bahwa kekuatan jombang kuliner dapat menjadi potensi wisata kuliner yang dapat berkembang dengan baik, dengan dilakukannya strategi prioritas yang dapat diterapkan. Hal ini berkesinambungan dengan penelitian yang dilakukan yakni dalam mengungkapkan strategi pengembang wisata kuliner di Lengkong <i>Culinary Night</i> .
8	Dampak Fenomena Wisata Kuliner Terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Malang Jawa Timur Dimas Prayoga & Ida Bagus (2018)	Tujuan penelitian: mengetahui tentang dampak fenomena wisata kuliner di Kota Malang, Jawa Timur serta menganalisis karakteristik wisatawan seperti umur, pekerjaan, dan asal usulnya. Hasil penelitian menunjukkan wisatawan yang berkunjung ke kota malang dapat dikategorikan dalam wisatawan usia produktif (21-30 tahun). Serta 95% wisatawan domestik masih mendominasi yang berasal dari Kota-kota di Jawa Timur.	Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa pada karakteristik wisatawan yang berkunjung ke wisata kuliner Kota Malang Jawa Timur yakni 95% wisatawan domestik sekitar wilayah Jawa Timur dan wisatawan mancanegara masih minim yakni 5%. Penelitian ini dapat dijadikan referensi konsep landasan dalam menganalisis karakteristik pengunjung pada wisata kuliner Lengkong <i>Culinary Night</i> .

No	Judul Penelitian, Nama, Tahun	Tujuan dan Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian
9	<p>Evaluasi Dampak Pariwisata Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal</p> <p>Faizal Hamzah, Dkk (2018)</p>	<p>Tujuan penelitian: mengetahui dampak perkembangan pariwisata Candi Borobudur terhadap masyarakat lokal Desa Borobudur.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi peluang kerja dan berusaha semakin meningkat, namun pada kenyataannya masyarakat Desa Borobudur masih belum cukup sejahtera. Hal ini disebabkan masih ada sebagian masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan tetap.</p>	<p>Penelitian ini menganalisis dampak negatif dan positif dari adanya wisata, hal ini akan menjadi gambaran pada penelitian yang akan dilakukan pada wisata kuliner Lengkong <i>Culinary Night</i>.</p>
10	<p>Analisis Karakteristik Pengunjung Obyek Wisata Kebun Raya Balikpapan</p> <p>Rahmi Yorika, Dkk (2021)</p>	<p>Tujuan penelitian: mengetahui karakteristik pengunjung berdasarkan karakteristik demografis, karakteristik fisiologis dan karakteristik pola perjalanan.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan pada karakteristik demografis didominasi oleh generasi muda, jenis kelamin laki-laki, dan mahasiswa. Pada karakteristik fisiologis hanya melakukan kunjungan singkat dan tidak konsumtif. Pada Pola perjalanan pada wisatawan diperoleh mayoritas merupakan pengunjung rombongan yang mengatur perjalanannya sendiri.</p>	<p>Penelitian ini memberikan analisis karakteristik pengunjung melalui karakteristik demografis, karakteristik fisiologis, dan karakteristik pola perjalanan. Hal ini dapat dijadikan referensi konsep dalam menganalisis karakteristik pengunjung pada penelitian yang dilakukan di wisata kuliner Lengkong <i>Culinary Night</i>.</p>

No	Judul Penelitian, Nama, Tahun	Tujuan dan Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian
11	<p>Analisis Dampak Eksternalitas Ekonomi Terhadap Pendapatan Pedagang Kuliner di Sentra Wisata Kuliner Bratang Surabaya</p> <p>Asti Sucita & Mohammad Balafif (2022)</p>	<p>Tujuan penelitian: untuk mengetahui dampak eksternalitas ekonomi terhadap pendapatan pedagang kuliner di sentra wisata kuliner Bratang Surabaya.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan terdapat dampak positif dan negatif. Dampak positifnya lokasi yang strategis sedangkan dampak negatif adanya pencemaran udara dan tidak tersedianya tempat parkir khusus roda empat.</p>	<p>Penelitian ini memberikan gambaran mengenai dampak positif dan negatif dari adanya wisata kuliner. Hal ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan yaitu menganalisis dampak keberadaan wisata kuliner di Lengkong <i>Culinary Night</i>.</p>
12	<p>Analisis Dampak Berganda (<i>Multiplier Effect</i>) Objek Wisata Pantai Watu Dodol Banyuwangi</p> <p>Adetiya Prananda, Dkk (2017)</p>	<p>Tujuan penelitian: untuk menganalisis dampak <i>multiplier effect</i> pada objek wisata pantai watu dodol Banyuwangi</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan objek wisata tersebut memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat sekitar. Dampak ekonomi yang diberikan adalah dampak langsung, tidak langsung, dan induksi.</p>	<p>Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa adanya objek wisata pantai watu dodol di Banyuwangi memberikan <i>multiplier effect</i> bagi ekonomi masyarakat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan yaitu menganalisis seberapa besar dampak ekonomi masyarakat pada Lengkong <i>Culinary Night</i>.</p>
13	<p>Literasi SWOT untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Perencanaan Pembangunan Desa</p>	<p>Tujuan penelitian: memberikan edukasi tentang analisis SWOT dan pendampingan kepada aparat desa dalam penerapannya.</p> <p>Hasil Penelitian: hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi perencanaan pembangunan ekonomi Desa</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT (<i>strengths, weaknesses, opportunities, threats</i>) dalam perumusan strategi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode analisis SWOT</p>

No	Judul Penelitian, Nama, Tahun	Tujuan dan Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian
	Endang Rostiana, Dkk (2022)	Harumansari bersifat agresif yang dapat menggunakan kekuatan-kekuatan di internal Desa Harumansari untuk memanfaatkan peluang semaksimal mungkin.	dalam memaksimalkan dampak ekonomi di Lengkong <i>Culinary Night</i> .

2.3 Kerangka Pemikiran

Kota Bandung adalah ibu kota di Jawa Barat yang terkenal dengan kegiatan pariwisatanya. Kegiatan pariwisata di Kota Bandung berkaitan erat dengan industri kreatif, terutama pada sub sektor kuliner. Kuliner di Kota Bandung menjadi daya tarik wisatawan, karena memiliki berbagai macam jenis kuliner (Tripadvisor, 2024). Destinasi wisata kuliner di Kota Bandung tersebar di beberapa lokasi serta memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Salah satu wisata kuliner di Kota Bandung adanya kuliner malam hari (*Culinary Night*), salah satunya adalah Lengkong *Culinary Night*.

Lengkong *Culinary Night* memiliki konsep *street food* dalam operasionalnya. Berdasarkan hasil survey pendahuluan, Lengkong *Culinary Night* memiliki lebih banyak kuantitas pedagang dan pengunjung jika dibandingkan dengan beberapa tempat kuliner malam yang terdekat dengan Lengkong *Culinary Night*. Hal ini dikarenakan, memiliki variasi menu yang beragam dari makanan lokal hingga makanan modern. Selain itu, memiliki lokasi yang strategis yakni mudah ditemukan karena berdekatan dengan pusat wisatawan yaitu di alun-alun

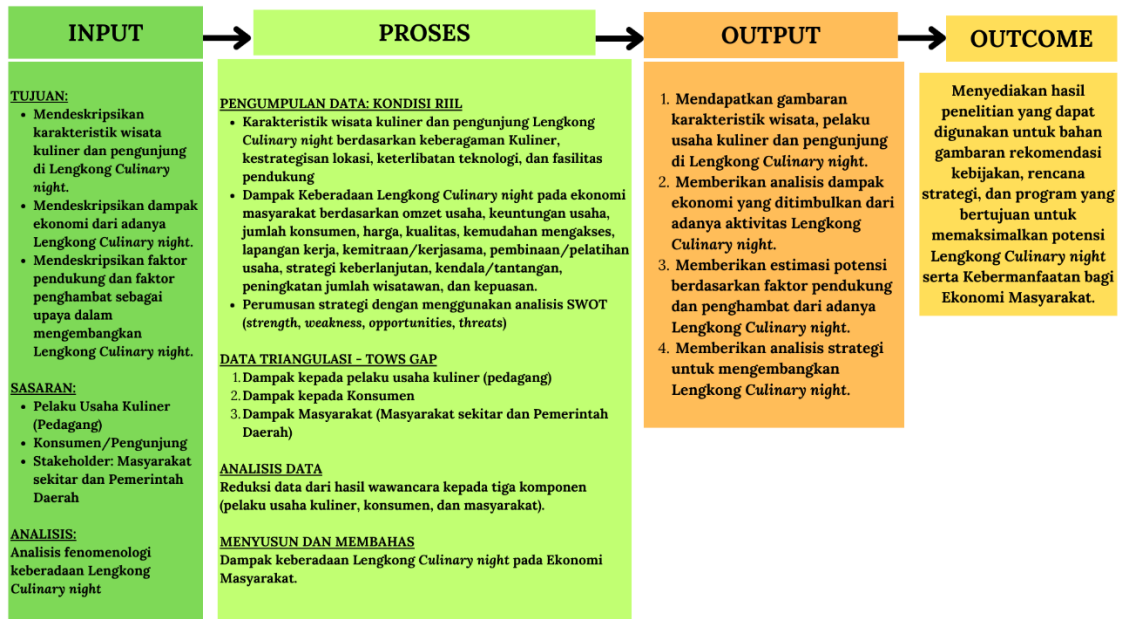
Kota Bandung. Namun, dikarenakan menggunakan area bahu jalan maka dapat menyebabkan kemacetan arus lalu lintas dan tempat yang tidak permanen.

Keberadaan Lengkong *Culinary Night* dengan konsep *street food* dapat memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha mikro dan kecil. Karena, rata-rata pedagang yang berada di Lengkong *Culinary Night* masih tergolong usaha skala mikro dan kecil. Dengan berkembangnya sebuah tempat yang beralih fungsi ketika malam hari menjadi tempat kuliner, dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat. Dampak positif tersebut melalui peningkatan jenis lapangan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja (Rismayanto, E., Danangdjojo, T., 2015).

Dampak ekonomi tersebut berkaitan kepada pelaku usaha kuliner melalui pendapatan atau keuntungan dari penjualannya. Kemudian, bagi masyarakat dapat berkontribusi menjadi pekerja di tempat wisata kuliner seperti menjadi petugas parkir, petugas kebersihan, petugas keamanan, dan lain sebagainya. Serta dampak bagi pemerintah daerah melalui pendapatan asli daerah baik dari retribusi pajak, retribusi parkir, retribusi dari pedagang, dan produktivitas masyarakat yang meningkat karena kegiatan ekonomi semakin tinggi. Adapun bagi konsumen memberikan preferensi dan alternatif untuk kuliner. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa dampak ekonomi tersebut tidak merata dirasakan kepada masyarakat sekitar. Hal ini dapat terjadi karena masih memungkinkan adanya masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan tetap dan tidak terlibatnya pada wisata kuliner tersebut (Hamzah, F., Dkk., 2018).

Dengan berkembangnya wisata kuliner ini dapat memberikan *multiplier effect* bagi masyarakat, seperti terbukanya lapangan pekerjaan dan pendapatan yang dapat diperoleh dengan adanya wisata kuliner tersebut. Selain itu juga, dengan adanya wisata kuliner tersebut dapat memungkinkan adanya usaha pariwisata yang bergerak pada sekitar lokasi tersebut seperti akomodasi hotel dan penginapan (Putra, P., Dkk., 2017). Namun, dari wisata kuliner tersebut dapat memungkinkan adanya dampak negatif yang ditimbulkan. Dampak negatif yang dapat ditimbulkan yakni arus kemacetan lalu lintas, pencemaran udara dari asap rokok, limbah pengolahan kuliner, keamanan daerah setempat, dan lain sebagainya (Sucita, A., Balafif, M., 2022).

Menganalisis sebuah dampak dari adanya fenomena penting dilakukan, sehingga dapat mengetahui keterkaitan antar komponen yang ada di Lengkong *Culinary Night*. Oleh karena itu, berdasarkan uraian tersebut dapat dirangkai menjadi suatu bagian dalam kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran merupakan sebuah gambaran hubungan di antara variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode ini bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan Lengkong *Culinary Night* pada ekonomi masyarakat. Kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 3
Bagan Kerangka Pemikiran