

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia, khususnya di kawasan Bandung Barat, memilikipotensi yang besar untuk berkembang. Dalam industri kuliner, para pengusaha bersaing dengan mengembangkan produk baru yang dilengkapi dengan inovasi terbaru untuk menarik minat konsumen Yayah Sutisnawati (2024). Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya usaha kuliner yang menjamur di kawasan tersebut. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, banyak usaha kuliner yang mengalami kesulitan untuk bertahan dan berkembang. Salah satu faktor yang dapat membantu usaha kuliner untuk bertahan dan berkembang adalah dengan melakukan pengembanganprodukbaru melalui bisnis model inovasi

Pengembangan produk baru melalui bisnis model inovasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan menerapkan orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan adalah suatu cara pandang yang menekankan pada proaktif, inovatif, dan mengambil risiko untuk mencapai peluang pasar. Wirausahawan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggicenderung lebih berani untuk mencoba hal-hal baru dan mengambil risiko untuk mengembangkan produk baru yang inovatif.

Pertumbuhan sektor pariwisata yang bersifat signifikan memunculkan kebutuhan akan inovasi dalam bidang kulineritas untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin kompleks. Selain itu, kota baandung merupakan pusat kreativitas dan industri kreatif di indonesia. Kota bandung dengan keberagaman seni budaya, dan alamnya telah menjadi nilai jual dan daya tarik bagi wisatawan lokal maupun internasional, sama halnya

kota Bandung tidak hanya memikat dengan warisan budayanya saja akan tetapi *coffee shop* ini yang merupakan destinasi di bidang kuliner yang berkembang sangat pesat.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu usaha produktif yang dimiliki orang perorangan maupun badan usaha perorangan berdasarkan kriteria dari tiap kategori yang mana diatur dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 mengenai UMKM (Presiden RI dan DPR RI, 2008). Adapun kriteria yang dimiliki UMKM yaitu manajemen yang berdiri sendiri, wilayah pemasarannya merupakan wilayah lokal, aset usaha yang dimiliki kecil, serta memiliki jumlah pekerja yang terbatas (Hanggita, 2018).

Dalam konteks UMKM, adanya orientasi kewirausahaan dapat dikatakan sebagai kunci untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga usaha yang dirintis akan lebih terarah gerakannya. Kinerja pengembangan produk baru yang sukses sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan perlu meninjau, memperbarui, dan mengubah rangkaian produk mereka secara berkala seiring dengan tren yang ada dikarenakan siklus hidup produk sangat singkat.

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang terus berkembang. Hal ini karena pada dasarnya makanan dan minuman ialah suatu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, dimana untuk mempertahankan hidup sehingga apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan utama maka bisnis kuliner akan semakin terus berkembang. Perkembangan bisnis kuliner ini bisa dilihat semakin banyaknya kedai kopi atau *coffee shop* yang menjadi pusat perhatian kalangan muda ataupun orang tua dari mulai *coffee shop* sederhana sampai dengan *coffee shop* modern. Menu yang ditawarkan pun beraneka ragam, mulai dari menu rumahan yang amat sederhana hingga berbagai menu unik lainnya dengan mengikuti inovasi yang bervariasi dan mewah

bertaraf internasional.

Orientasi kewirausahaan menjadi salah satu aspek kunci dalam konteks bidang kuliner ini, karena mampu menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan produk dan penerapan model bisnis yang inovatif. Dimana, Pentingnya pengembangan produk dalam hal ini kulineritas terletak pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen yang terus berkembang. Sementara itu, model bisnis yang inovatif memberikan landasan strategis untuk melakukan pengembangan produk secara efektif dan berkelanjutan. Namun, dalam meningkatnya ekspektasi pelanggan, perkembangan teknologi dan perubahan tren pasar menunjukkan perlunya perusahaan di industri perhotelan tidak hanya mengikutiperkembangan, namun juga menjadi pendorong perubahan.

Untuk memaksimalkan pengembangan menjadi sebuah produk baru, memerlukan adanya orientasi kewirausahaan sebagai kunci utama untuk meningkatkan hasil tingkat perusahaan yang relevan seperti kinerja bisnis, daya saing global, atau kewirausahaan perusahaan (Ferrerias-Méndez et al., 2021), sehingga produk yang dikembangkan dapat menarik perhatian masyarakat. Kinerja pengembangan produk baru sangat berkaitan dengan orientasi kewirausahaan.

Dengan demikian, meskipun pada konsep ini tampak begitu menjanjikan dan masih diperlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang sejauh mana orientasi kewirausahaan benar-benar mempengaruhi pengembangan produk melalui model bisnis inovatif dalam bidang kuliner. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan-hubungan tersebut dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin menjadi hambatan atau pendorong dalam mengoptimalkan interaksi antara

variabel-variabel tersebut dalam industri yang dinamis ini.

Sering kali perusahaan menghadapi masalah kapasitas produksi yang berlebih, di mana fasilitas produksi tidak dimanfaatkan secara maksimal. Ini bisa terjadi karena berbagai alasan, termasuk penurunan permintaan pasar atau kesalahan perencanaan kapasitas. Produk yang sudah ada di pasaran atau dalam proses produksi dapat diolah lebih lanjut untuk menciptakan produk baru yang berbeda, meningkatkan nilai tambah dan memperluas penawaran perusahaan. Bahan baku atau sisa bahan yang ada dapat dimanfaatkan lebih lanjut untuk menciptakan produk bernilai tinggi, meminimalkan pemborosan dan memaksimalkan penggunaan sumber daya.

Pasar sering kali sangat kompetitif, dengan beberapa produk yang memiliki keunggulan tertentu dibandingkan produk kita. Ini bisa mencakup kualitas, harga, fitur, atau reputasi merek. Manfaatnya memperkuat posisi kompetitif, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan berusaha menjadi pemimpin pasar dalam kategori produk tertentu untuk meningkatkan brand positioning dan dominasi pasar.

Terjadi penurunan dalam permintaan terhadap produk yang sudah ada, karena adanya perbedaan dengan produk lain yang lebih murah. Produk mengalami penurunan permintaan karena pasar lebih memilih produk yang lebih murah meskipun mungkin kualitasnya lebih rendah. Meningkatkan permintaan bermanfaat menarik kembali pelanggan yang sensitif terhadap harga, mempertahankan pangsa pasar, dan meningkatkan daya saing produk di pasar.

Dalam beberapa tahun terakhir, Bandung Barat telah menjadi pusat pertumbuhan pesat sektor kuliner, khususnya dengan menjamurnya coffee shop yang beragam. Coffee

shop ini tidak hanya menawarkan kopi, tetapi juga pengalaman unik melalui desain interior, tema yang berbeda, dan variasi menu yang kreatif. Namun, persaingan yang semakin ketat mengharuskan para pemilik coffee shop untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan mereka untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Meski banyak coffee shop berusaha menawarkan produk baru dan menarik, tidak semua berhasil memuaskan ekspektasi pasar. Beberapa coffee shop masih kesulitan dalam menciptakan produk yang benar-benar berbeda dan memiliki daya tarik kuat bagi konsumen. Hal ini menimbulkan tantangan besar dalam upaya mempertahankan daya saing di tengah kompetisi yang semakin sengit. Kegagalan dalam berinovasi bisa berdampak pada menurunnya minat pelanggan dan berkurangnya omset. Salah satu faktor kunci yang dapat mendukung pengembangan produk baru adalah orientasi kewirausahaan. Pemilik coffee shop yang memiliki Orientasi Kewirausahaan yang kuat cenderung lebih proaktif dalam mencari peluang, berani mengambil risiko, dan lebih inovatif dalam menciptakan produk baru (Yi, 2021). Namun, penerapan orientasi kewirausahaan ini memerlukan pemahaman dan keterampilan yang tepat untuk diterjemahkan menjadi strategi bisnis yang efektif.

Selain itu, bisnis model inovasi juga memainkan peran penting dalam mengembangkan produk baru. Coffee shop yang mampu merancang dan menerapkan model bisnis yang inovatif dapat lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar (Liu, 2022). Namun, tidak semua pemilik coffee shop memiliki kapasitas untuk mengembangkan bisnis model yang inovatif, sehingga memerlukan pengetahuan dan dukungan yang lebih mendalam. Penelitian

lebih lanjut diperlukan untuk memahami bagaimana orientasi kewirausahaan dan bisnis model inovasi dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pengembangan produk baru di sektor ini. Di kawasan Lembang, beberapa coffee shop telah berhasil menunjukkan bagaimana orientasi kewirausahaan dan bisnis model inovasi dapat mendukung pengembangan produk baru. Salah satu contoh adalah coffee shop yang memanfaatkan tema lokal dan bahan baku dari petani setempat untuk menciptakan produk yang otentik dan menarik. Mereka juga aktif dalam mempromosikan produk melalui media sosial dan kolaborasi dengan influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Lembang, sebagai destinasi wisata populer, menawarkan peluang besar bagi coffee shop untuk berkembang. Namun, persaingan yang ketat dan tuntutan konsumen yang semakin tinggi menuntut coffee shop di Lembang untuk terus berinovasi. Coffee shop yang mampu menggabungkan orientasi kewirausahaan dengan bisnis model inovasi memiliki potensi lebih besar untuk sukses. Misalnya, "Kopi Lembang" yang telah menerapkan model bisnis inovatif dengan memperkenalkan menu kopi berbasis lokal dan menggunakan teknologi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan kompetitornya yang kurang inovatif.

Fenomena lain yang menarik adalah bagaimana perubahan perilaku konsumen mempengaruhi pengembangan produk di coffee shop. Konsumen saat ini tidak hanya mencari minuman yang enak, tetapi juga pengalaman menyeluruh yang mencakup suasana, layanan, dan bahkan cerita di balik produk. Coffee shop yang mampu memahami dan merespon tren ini dengan inovasi yang relevan cenderung lebih sukses dalam menarik pelanggan.

Teknologi juga memainkan peran penting dalam pengembangan produk baru di

coffee shop. Dengan kemajuan teknologi, coffee shop dapat menggunakan media sosial dan platform online lainnya untuk mempromosikan produk baru, mendapatkan umpan balik dari pelanggan, dan menyesuaikan strategi mereka secara real-time. Penggunaan teknologi yang efektif dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi coffee shop dalam menciptakan produk yang menarik dan inovatif. Munculnya Coffee Shop di berbagai kota besar menguntungkan pelaku usaha Coffee Shop dan pencari kerja, karena hadirnya Coffee Shop melahirkan fenomena social yang membuat Coffee Shop Saat ini bukan hanya tempat untuk minum teh dan espresso atau makan makanan ringan sambil menghilangkan rasa jenuh akan aktivitas monoton orang-orang. melihat ada banyak peluang dan manfaat akhirnya banyak wirausahaan membuka dan menciptakan usaha baru yang sekaligus membuat kontes antar bistro dengan ketat, Muhammad Iffan (2022).

Terakhir, pentingnya kolaborasi dalam industri kuliner tidak dapat diabaikan. Coffee shop yang berkolaborasi dengan pemasok lokal, koki terkenal, atau bahkan bisnis lain dapat menciptakan sinergi yang menghasilkan produk baruan menarik. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas jaringan bisnis tetapi juga membuka peluang untuk inovasi yang lebih kreatif dan beragam, menjadikan coffee shop tersebut lebih menarik bagi konsumen.

Tabel 1. 1 Data Coffee Shop yang telah melakukan Pengembangan Produk Baru

No	Nama Café	Pengembangan yang sudah di lakukan
1	Genesis Coffee	Penambahan Rempah Pada Varian Rasa
2	Drezeel Coffee	Kualitas Bahan dan pelayanan
3	Imah Kopi	Meluncurkan berbagai menu kopi terbaru yang bervariasi
4	Limasegi Dipinus Coffee	Meluncurkan Menu Makanan yang Unik (Dessert berbahan dasar kopi)
5	Moria Coffee Adventure Café	Menyediakan Minuman Sehat Seperti Teh Herbal
6	Sudut Pandang	Menyediakan Menu dengan harga yang murah,tempat duduk yang dikelilingi kolam dan rumah kaca setengah bundaran
7	Lereng Anteng Panoramic Coffee	Meluncurkan berbagai Aneka Menu Indonesia Food
8	D'Dieuland	Meluncurkan produk baru yaitu Western Food
9	Bukit Teropong Indah	Menyediakan Berbagai Rasa Susu Murni dengan Harga yang murah
10	Meroena Coffe & Space	Menyediakan Stan ramen sehingga pengunjung dapat memilih mie dan suki nya sendiri.
11	Black Khozie Coffe & Café	Meluncurkan Hidangan kopi arabikan yang diracik unik yaitu Dilan Kopi dimana proses pembuatannya membutuhkan waktu selama 12 jam
12	Cakrawala Nature Sparkling	Mengembangkan area spot skywalk seperti teras lantai kaca dengan panjang 9 meter, lorong bintang, dan ruangan bernuasa atap kaca yang diberikan air,terumbu karang dan ikan sehingga pengunjung seolah-olah berada di dalam lautan
13	Tafso Barn	Mengembangkan konsep tempat duduk yang unik yaitu seperti kandang burung yang berbentuk tenda bundar transparan
14	Warung Kopi Gunung	Mengembangkan konsep ngopi di tengah hutan dengan menambahkan bangunan dengan atap kaca berbentuk container dan menambahkan jembatan gantung (sky bridge) sepanjang 40-50 meter yang bisa diakses oleh pengunjung secara gratis.
15	Golden Pine	Mengembangkan area tempat duduk dimana nuasa tanaman hijau yang rimbun sebagai latar belakang dan dibuat seolah-olah menjadi taman bunga eropa yang cantik.
16	Ali Kopi Café & Roastery	Menegembangkan berbagai menu baru seperti nasi ayam cabe ijo, indomie beef mala, dan premium pastry & dessert seperti bobba bread dan affogato coffee
17	Kopi Mandja	Melakukan Pengembangan produk mencakup variasi menu baru yang menarik perhatian pelanggan dengan harga yang terjangkau
18	Aspasia Coffee	Mengembangkan berbagai minuman baru seperti cold brew white, mocktail baby blue, dan pilihan metode manual brew dengan berbagai jenis biji kopi lokal dan spesial serta memperbarui menu makanan secara rutin
19	Kilogram-Pop up Cfe	Mengembangkan konsep kafe pop-up dengan suasana segar di tengah hutan pinus dengan menawarkan kopi yang berkualitas
20	Kalaras Check point	Mengembangkan segi lokasi dan konsep coffee shop di tengah hutan dengan pemandangan alam yang begitu menakjubkan
21	Gruts Coffee Cikole	Melakukan pengembangan menu yaitu kopi yang dibuat dari 100% biji Arabica

No	Nama Coffee Shop	Pengembangan yang sudah dilakukan
22	Swara Coffee Lembang	Mengembangkan interior dan atmosfer kafe guna menarik pengalaman pelanggan yang jauh lebih baik..
23	Day n Nite	Mengembangkan konsep coffee shop dengan lokasi yang jauh dari kebisingan kota
24	Café D'Pakar	Mengembangkan konsep coffee shop dengan view alam yang sangat indah dan menjadi salah satu tempat rekomendasi kalangan remaja-dewasa
25	Kuro Coffee	Mengembangkan Konsep coffee shop dengan bertemakan jepang dan berbagai menu lainnya
26	Masagi Coffee	Mengembangkan Area piknik untuk pelanggan dengan hamparan pemandangan yang hijau
27	Talk To Me	Mengembangkan konsep lokasi dengan tempat yang cozy dan cocok untuk melakukan fotografi
28	Equator Coffee & Kitchen	Mengembangkan konsep coffee shop yang menyatukan segi galeri seni dengan dekorasi kayu yang sangat unik
29	Kozi Lab	Mengembangkan segi konsep yang mana membuat laboratorium yang unik dan inspiratif
30	Two Hands Full	Mengembangkan konsep dari segi tempat
31	The Suga Rush	Mengembangkan dari segi menu makanan yaitu membuat sebuah dessert (makanan penutup)
32	Beda Ruang Coffee & Eatery	Mengembangkan tema ruangan atau dekorasi yang Instagrammable untuk menarik pengunjung yang suka berbagi pengalaman di media sosial.
33	Blackbird Coffee	Mengembangkan dari segi menu varian kopi
34	Marka Coffee & Kitchen	Mengembangkan segi fasilitas dan desain interior untuk pelanggan seperti menambahkan ayunan,taman,dan air mancur
35	Lokasi Coffee & Space	Mengembangkan segi konsep coffee shop dengan menambahkan Co-Working Space untuk pelanggan
36	Jabarano Coffee	Mengembangkan konsep coffee shop yaitu dengan konsep heritage yang nyaman untuk bekerja dan bersantai para pelanggan
37	Kopi Toko Djawa	Mengembangkan konsep bernostalgia dengan interior yang khas
38	Lembayung	Mengembangkan dari segi promosi untuk acara seperti workshop pembuatan kopi, cupping session, dan acara komunitas lainnya yang berhubungan dengan kopi.
39	Sinie Garden & Space	Mengembangkan segi lokasi dengan view yang indah dan suasana yang nyaman dan dingin
40	Cupba Coffee	Mengembangkan segi menu makanan dan menambahkan pilihan varian kopi dan makanan yang sangat lezat
41	Sejiwa Coffee	Mengembangkan segi menu kopi dan menambahkan estetika coffee shop yang instagenic
42	Foresta Coffee	Mengembangkan segi menu dan menawarkan tempat untuk meminum kopi ditengah hutan
43	Warung Kopi Purnama	Mengembangkan konsep legendaris dengan resep kopi tradisional yang unik dan klasik
44	Lalune Coffee & Lucheonette	Mengembangkan segi kosep desain interior dan segi menu varian kopi yang beragam
45	Genesis Coffee	Mengembangkan segi pelayanan kepada pelanggan dengan memperlihatkan hewan luwak yang menghasilkan biji kopi tersebut.

Sumber : Data diolah Oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa coffee shop di kawasan bandung barat merupakan destinasi wisata yang sangat populer dan bidang kuliner yang sedikit mumpuni, dengan berkembangnya zaman coffee shop di kawasan ini sangatlah berkembang pesat dimana setiap coffee shop melakukan pengembangan produk baru atau berinovasi guna meningkatkan daya tarik para pelanggan yang mana menginginkan konsep atau produk yang berbeda di setiap tempatnya. Namun, banyak sekali coffee shop yang mengembangkan dari segi konsep, makanan, fasilitas, tempat, dan segi pemasaran. Oleh karena itu, coffee shop di kawasan bandung barat ini sangat berubah secara drastis dimana setiap tahunnya coffee shop bertambah dengan konsep-konsep yang sangat unik seperti ngopi di tengah hutan, ngopi dengan konsep galeri seni dan masih banyak konsep-an lainnya.

Terdapat 45 coffee shop yang sudah melakukan pengembangan produk baru dan pastinya dengan beberapa konsep yang berbeda sama halnya dengan memunculkan ide-ide baru, berinovasi dengan mengikuti perkembangan zaman, dan mengimplementasikannya dengan begitu baik. Sehingga banyak wisatawan ataupun pelanggan yang tertarik dengan pengembangan yang diluncurkan oleh setiap coffee shop karena mereka ingin mencoba suatu hal yang berbeda dan suasana yang baru, makadari itu pengembangan produk ini sangatlah berdampak baik dalam meningkatkan profitabilitas dan meningkatkan daya tarik tersendiri bagi para pelanggan khususnya pencinta kopi.

Singkatnya pengembangan coffee shop di kawasan bandung barat ini berfokus pada beberapa aspek yaitu pengembangan menu, pengembangan konsep tempat, pengembangan pelayanan dan fasilitas, pengembangan promosi dan event,

pengembangan interior dan atmosfer, dan pengembangan konsep yang sangat unik.

Tabel 1. 2 Survei Awal Orientasi Keirusahaan

No	Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah ada hubungan antara kemampuan mengelola risiko dan tingkat keberlanjutan bisnis coffe shop di sektor bidang kuliner?	14	47%	16	53%
2	Apakah peran proaktifitas dalam mengatasi masalah atau tantangan yang mungkin muncul dalam operasional di sektor bidanuliner?	18	60%	12	40%
3	Apakah penilaian kebutuhan pelanggan dan menggunakan temuan inovasi tersebut sebagai dasar untuk merancang inovasi layanan atau fasilitas yang baru?	12	40%	18	60%

Berdasarkan survey pada Tabel 1.2 di atas dapat disimpulkan bahwa sebesar 60% dari sektor bidang kuliner yang menyatakan tidak pada pernyataan survei awal orientasi kewirausahaan yang dapat menjadi acuan dalam merancang inovasi layanan baru karena penilaian kebutuhan memang diharuskan namun tidak semuanya dapat menjadi acuan pada inovasi di sektor bidang kuliner.

Orientasi kewirausahaan sebagai konstruksi tingkat perusahaan, menentukan postur strategis keseluruhan organisasi, termasuk inovasi model bisnis. Menurut Su Zhang dan Ma (2020) Inovasi model bisnis bagi perusahaan dapat dikatakan sebagai membentuk kembali, menghasilkan nilai baru untuk melampaui pesaing mereka. Inovasi model bisnis juga berpengaruh terhadap kinerja pengembangan produk baru pada sebuah usaha. Inovasi model bisnis dapat menjadi peluang yang sempurna untuk inovasi produk. Karena proses untuk menciptakan dan memberikan nilai yang diikuti oleh perusahaan untuk bersaing memiliki efek pada kesuksesan kinerja pengembangan produk baru, ketika model bisnis inovatif, mereka memberikan manfaat kepada pelanggan seperti solusi distribusi baru (Velu, 2015).

Tabel 1. 3 Survei Awal Pengembangan Produk Baru

No	Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah Anda pernah mengalami masalah dengan produk atau layanan kami ?	12	40%	18	60%
2	Apakah anda puas dengan pilihan makanan pendamping (Pastry, kue, dan sandwich) yang kami tawarkan ?	16	53%	14	47%

Berdasarkan survey pada Tabel 1.3 di atas dapat disimpulkan bahwa sebesar 60% dari sektor bidang kuliner yang menyatakan tidak pada pernyataan survei awal terhadap permasalahan produk yang ditawarkan atau pelayanan yang tidak baik. Maka dari itu sebanyak 40% mengalami permasalahan terhadap produk atau pelayanan yang ditawarkan coffee shop tersebut, dengan begitu adanya pengembangan produk baru dapat membantu meningkatkan profitabilitas dan kepuasan pelanggan terhadap coffee shop tersebut.

Tabel 1. 4 Survei Awal Bisnis Model Inovasi

No	Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah Anda merasa coffee shop kami cocok untuk berbagai kesempatan (misalnya, bekerja, bersantai, bertemu teman)?	16	53%	14	47%
2	Apakah Anda tertarik dengan adanya merchandise coffee shop kami (misalnya, mug, kaos, tas)?	12	40%	18	60%
3	Apakah Anda merasa coffee shop kami perlu mengintegrasikan lebih banyak elemen teknologi (misalnya, layar menu digital, sistem pemesanan otomatis)?	13	43%	17	67%
4	Apakah Anda merasa coffee shop kami sudah memberikan informasi yang cukup mengenai produk dan layanan yang kami tawarkan?	12	40%	18	60%

Berdasarkan survey pada Tabel 1.4 di atas dapat disimpulkan bahwa sebesar 67% dari sektor bidang kuliner yang menyatakan tidak pada pernyataan survei awal apakah coffee shop perlu mengintegrasikan lebih banyak teknologi dan ternyata sebanyak 43% menyatakan ya. Oleh karena itu integrasi coffee shop di kawasan Bandung Barat masih

bisa dipertahankan namun tetap harus ditingkatkan guna menciptakan model bisnis yang mengikuti zaman yang dimana teknologi saat ini sangat penting dan harus selalu dikembangkan.

Ketika perusahaan mampu menunjukkan keunggulan produknya di mata pelanggan, misalnya melalui inovasi produk, dampak positif model bisnis inovatif terhadap keberhasilan kinerja pengembangan produk baru semakin tinggi. Oleh karena itu, dari penjelasan sebelumnya maka inovasi model bisnis dapat menjadi mediasi yang menghubungkan antara orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan produk baru sebab ketiganya berpengaruh satu sama lainnya dalam suatu usaha.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas, identifikasi masalah yang ditemukan pada Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Produk Baru Melalui Bisnis Model Inovasi Pada Sektor Bidang Kuliner di Kawasan Bandung Barat di antaranya sebagai berikut :

1. Coffee shop di kawasan bandung barat banyak yang masih mengandalkan produk-produk standar tanpa melakukan inovasi signifikan, yang menyebabkan kejenuhan di kalangan pelanggan
2. Coffee shop di kawasan bandung barat belum maksimal dalam memanfaatkan peluang pasar baru dan tren konsumen yang terus berkembang.
3. Coffee shop di kawasan bandung barat cenderung menghindari risiko, yang berakibat pada lambatnya adaptasi terhadap perubahan pasar dan inovasi.
4. Tidak semua coffee shop di kawasan bandung barat mampu mengembangkan dan

menerapkan model bisnis inovatif yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai orientasi kewirausahaan pada sektor bidang kuliner.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai bisnis model inovasi pada sektor bidang kuliner.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai pengembangan produk pada sektor bidang kuliner.
4. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan produk baru pada sektor bidang kuliner
5. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap bisnis model inovasi pada sektor bidang kuliner.
6. Seberapa besar pengaruh bisnis model inovasi terhadap pengembangan produk baru pada sektor bidang kuliner.
7. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan produk baru melalui bisnis model inovasi pada sektor bidang kuliner

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap orientasi kewirausahaan pada sektor bidang kuliner
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap bisnis modelinovasi, pada sektor bidang kuliner

3. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap pengembangan produk pada sektor bidang kuliner
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan produk baru pada sektor bidang kuliner
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap bisnis model inovasi pada sektor bidang kuliner.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bisnis model inovasi terhadap pengembangan produk baru pada sektor bidang kuliner.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan produk baru melalui bisnis model inovasi pada sektor bidang kuliner.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian disini yaitu mengembangkan dan menggunakan model secara sistematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena. Kegunaan penelitian terbagi menjadi dua kegunaan diantaranya :

1.4.1 Kegunaan Praktik

- a) Dalam penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih terhadap pelaku industri bidang kuliner di kawasan Bandung Barat tentang pentingnya orientasi kewirausahaan, pengembangan produk, dan inovasi bisnis.
- b) Membantu mengimplementasikan perusahaan bidang kuliner dalam mengidentifikasi potensi hambatan dan peluang untuk mengembangkan strategi kewirausahaan yang efektif.

1.4.2 Kegunaan Akademis

- a) Hasil penelitian menunjukkan bahwa dapat menambah pemahaman akademis terkait hubungan antara orientasi kewirausahaan, pengembangan produk, dan Bisnis Model Inovasi pada Bidang Kuliner
- b) Memberikan kerangka kerja secara konseptual yang dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut pada bidang ini

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Peneliti akan melaksanakan penelitian di kota Bandung, dimana tempat yang dipilih karena dinamika sektor bidang kuliner yang signifikan dan reputasinya sebagai pusat kulineritas terutama coffee Shop.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan sebagaimana mengikuti time-line waktu yang sudah ditentukan menyesuaikan dengan proses penyelesaian penelitian.

Tabel 1. 5 Waktu Penelitian

No	Uraian	Waktu Kegiatan																			
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey Tempat Penelitian	■	■																		
2	Melakukan Penelitian			■	■																
3	Mencari Data					■	■	■													
4	Membuat Proposal				■	■	■	■													
5	Seminar								■	■											
6	Revisi									■											
7	Penelitian Lapangan										■	■	■	■	■	■	■				
8	Bimbingan														■	■	■	■	■		
9	Sidang																			■	■