

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Penelitian

Keberlanjutan bisnis usaha kuliner di Indonesia semakin meningkat seiring waktu, sejalan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap berbagai macam menu makanan, termasuk makanan tradisional. Fenomena ini terlihat dari pertumbuhan jumlah usaha kuliner yang terus bertambah dari waktu ke waktu, yang tentu saja diiringi dengan penawaran menu andalan yang beragam dari setiap pelaku usaha. Di Kota Bandung, perkembangan sektor kuliner terjadi dengan cepat, terlihat dari kemunculan berbagai restoran dan kafe baru, khususnya di pusat kota. Salah satu konsep kuliner yang semakin berkembang di Bandung adalah rumah makan khas Minangkabau. Rumah makan khas Minangkabau mengusung kekayaan cita rasa tradisional Minangkabau yang khas dan memanjakan lidah para pecinta kuliner. Seiring dengan kepopuleran masakan Minangkabau secara umum, rumah makan khas Minangkabau menawarkan pengalaman kuliner yang berbeda dengan ragam hidangan khasnya. Berikut daftar rumah makan khas Minangkabau populer yang ditemukan oleh peneliti di Kota Bandung:

Tabel 1. 1 Daftar Rumah Makan Khas Minangkabau di Kota Bandung

No.	Nama Rumah Makan	Alamat
1	Padang Merdeka Bandung	Jl. Diponegoro Kel No.7, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
2	RM Masakan Padang BuMus Cimanuk	Jl. Cimanuk No.9, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
3	Pagi Sore Bandung	Jl. Sumatera No.31, Merdeka, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117
4	RM Payakumbuh	Jl. Citarum No.24, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
5	Bajamba Kapau	Jl. L. L. R.E. Martadinata No.28A, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
6	Nasi Kapau Pak Ciman	Jl. L. L. R.E. Martadinata No.65, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
7	RM Sederhana	Jl. L. L. R.E. Martadinata No.128, Merdeka, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40113

Sumber: Data Survei Peneliti (2024)

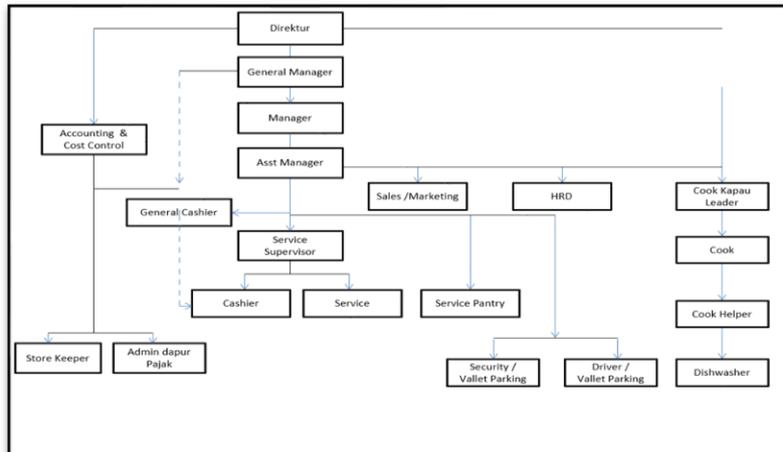
Dari Tabel 1.1 beragam rumah makan khas Minangkabau yang tersebar di tengah Kota Bandung, peneliti menemukan satu tempat makan yang dapat dijadikan objek penelitian yaitu Bajamba Kapau. Rumah Makan Bajamba Kapau berhasil memaksimalkan keberadaannya melalui pemanfaatan platform digital dan strategi promosi yang unik, Transformasi digital yang telah diterapkan oleh Bajamba Kapau tidak hanya terbatas pada aspek pemasaran, tetapi juga mencakup operasional bisnis, seperti sistem pembayaran digital, dan elemen-elemen digital lainnya. Hal tersebut didapatkan setelah peneliti melakukan pra penelitian terhadap manajemen dari Bajamba Kapau. Dengan adanya relevansi antara fenomena yang terjadi pada Bajamba Kapau dan topik transformasi digital yang ingin peneliti angkat, maka peneliti tertarik untuk menggunakan Bajamba Kapau sebagai objek penelitian



Gambar 1. 1 Tampak Muka Bajamba Kapau
Sumber: Observasi Peneliti (2024)

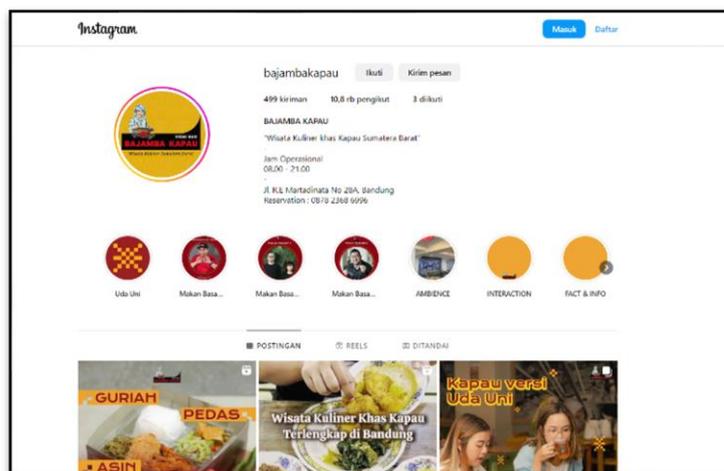
Berdiri pada Oktober 2020, Bajamba Kapau dengan cepat menarik perhatian banyak orang melalui strategi promosi cerdas di media sosial ditengah kondisi pandemi *Covid-19*. Keunikan restoran ini terletak pada konsep penyajiannya yang menciptakan atmosfer autentik khas Sumatera Barat, dan menawarkan lebih dari 50 jenis hidangan Kapau yang memikat. Menu yang beragam, termasuk rendang, dendeng balado, gulai kambing, kalio jariang, sambalado matah, lamang tapai, katupak pitalah, katan durian, dan bubur kampiun, mencerminkan kekayaan kuliner Minangkabau. Dengan harga terjangkau mulai dari 30 ribu rupiah per porsi, Bajamba Kapau menyajikan pilihan menu yang variatif, terbagi menjadi makanan

jajanan khas dan hidangan berat. Kombinasi antara keaslian rasa dan variasi menu menjadikan Bajamba Kapau sebagai salah satu destinasi kuliner khas Kapau yang diminati di Kota Bandung.



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi
Sumber: Bajamba Kapau (2024)

Dalam menjalankan operasionalnya, Bajamba Kapau memiliki struktur organisasi yang terorganisir dengan baik. Struktur organisasi Bajamba Kapau menunjukkan hierarki yang terorganisir dengan baik, mencerminkan pendekatan profesional dalam menjalankan bisnis kuliner mereka. Di puncak struktur terdapat Direktur yang menjadi pengambil keputusan utama. Di bawahnya, *General Manager* bertanggung jawab atas manajemen harian, dibantu oleh *Manager* dan *Assistant Manager*.

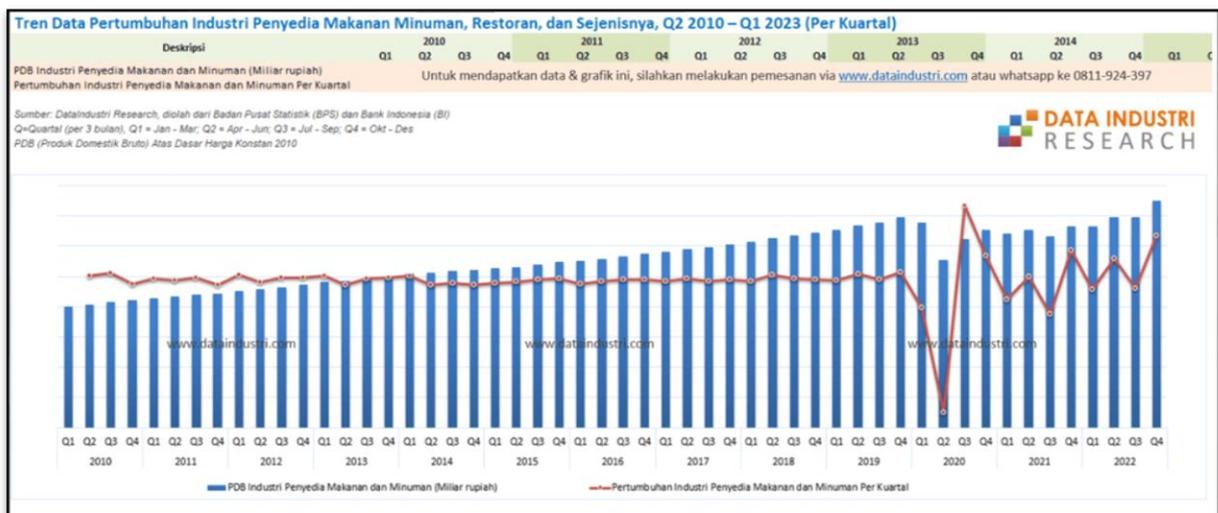


Gambar 1. 3 Instagram Bajamba Kapau
Sumber: Instagram Bajamba Kapau (2024)

Instagram Bajamba Kapau menjadi salah satu alat pemasaran yang sangat efektif, dengan pertumbuhan pesat mencapai lebih dari 10 ribu pengikut. Akun ini tidak hanya aktif memperkenalkan beragam hidangan dan suasana unik rumah makan kepada pelanggan, tetapi juga menjadi platform kolaborasi dengan *influencer* di dunia maya. Melalui konten-konten menarik yang dihasilkan, Bajamba Kapau berhasil memperluas jangkauan promosi dan membangun citra positif sebagai destinasi kuliner khas Kapau yang menarik di tengah komunitas sosial media.

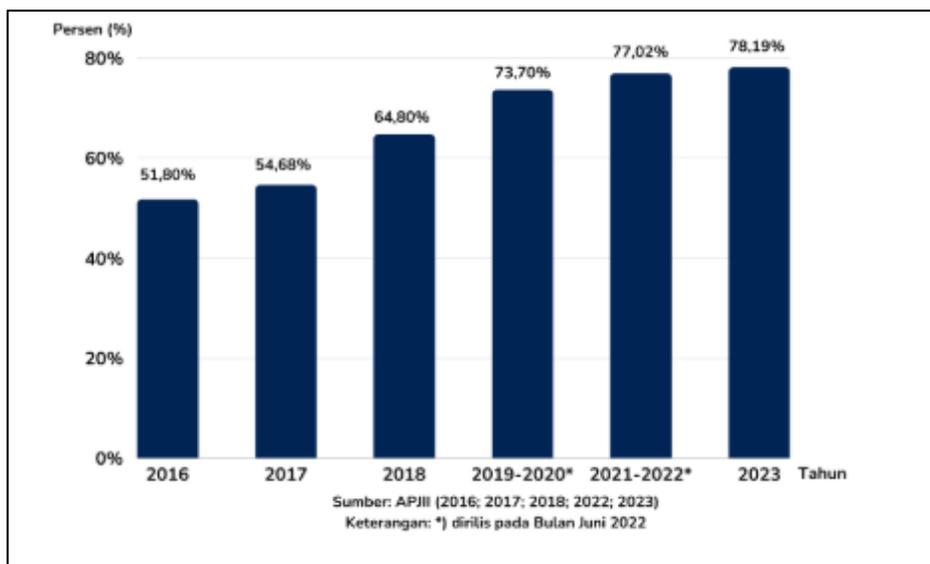
1.2 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman di Indonesia telah menunjukkan tren pertumbuhan yang positif dan konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Data Industri Research (2023) sektor penyedia makanan dan minuman mencatat pertumbuhan positif hingga kuartal kedua 2023, melanjutkan tren kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya. Meskipun sempat mengalami penurunan signifikan pada tahun 2020 akibat pandemi *COVID-19*, sektor ini menunjukkan daya tahan dan kemampuan adaptasi yang luar biasa. Ketahanan ini mencerminkan tidak hanya fleksibilitas pelaku usaha, tetapi juga peran penting sektor kuliner dalam ekonomi dan budaya Indonesia.



Gambar 1. 4 Tren Data Pertumbuhan Industri Kuliner 2010-2023
 Sumber: (Data Industri Research, 2023)

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia juga berjalan seiring dengan pertumbuhan industri kuliner, menciptakan lanskap baru bagi para pelaku usaha. Berdasarkan Survei (APJII, 2023), tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada tahun 2023, meningkat signifikan sebesar 13,39 persen dibandingkan dengan data tahun 2018. Peningkatan pesat dalam lima tahun terakhir ini, terutama dipercepat oleh situasi pandemi, mengindikasikan perkembangan yang substansial dalam adopsi Teknologi, Informasi, dan Komunikasi (TIK) di masyarakat. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan perubahan perilaku konsumen, tetapi juga membuka peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi digital di berbagai sektor, termasuk industri kuliner.



Gambar 1. 5 Perkembangan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia (2016-2023)

Sumber: (APJII, 2023)

Namun, di tengah pertumbuhan industri dan meningkatnya penetrasi digital, bisnis kuliner terutama UMKM menghadapi tantangan besar. Persaingan yang semakin ketat, perubahan preferensi konsumen, dan tuntutan untuk beradaptasi dengan teknologi baru menimbulkan tekanan signifikan bagi pelaku usaha. Beberapa UMKM mengalami penurunan jumlah konsumen dan kinerja bisnis karena kurang mampu beradaptasi dengan tren digital dan perubahan perilaku konsumen. Penelitian Yuldinawati et al. (2018) menunjukkan bahwa banyak

pengusaha UMKM masih kekurangan motivasi dan keterampilan dalam mengakses dan menggunakan internet, yang menghambat mereka dalam memanfaatkan peluang digital untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Situasi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang ditawarkan oleh ekonomi digital dan kesiapan UMKM untuk memanfaatkannya secara optimal.

Transformasi digital menjadi kunci untuk menghadapi tantangan ini, namun implementasinya di UMKM masih menghadapi berbagai hambatan. Para UMKM kini menyadari kepentingan pemanfaatan sumber daya digital, tetapi transformasi ke ranah media digital masih mengalami kendala. Beberapa alasan yang mendasarinya mencakup kurangnya kemampuan dalam mengoperasikan media digital, infrastruktur telekomunikasi yang kurang memadai, kekurangan pengetahuan terkait pengelolaan bisnis melalui media digital, dan ketidaksiapan sumber daya manusia dalam menggunakan platform digital (Katadata, 2020). Kesenjangan ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih komprehensif dalam mendukung transformasi digital UMKM.

Di Kota Bandung, transformasi digital UMKM, khususnya sektor kuliner, menunjukkan perkembangan yang signifikan. Dengan 40,9% dari total 10.181 UMKM bergerak di bidang kuliner, sektor ini menjadi fokus utama dalam upaya digitalisasi (jabarprov.go.id, 2024). Pj. Walikota Bandung, Bambang Tirtoyuliono, menekankan pentingnya adaptasi digital untuk meningkatkan daya saing global UMKM, yang telah menyerap 26.226 tenaga kerja dan menghasilkan omzet sekitar Rp 1,3 triliun. Komitmen pemerintah kota ini mencerminkan kesadaran akan potensi transformasi digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing UMKM di era global. (jabarprov.go.id, 2024)

Di tengah dinamika ini, Bajamba Kapau, sebuah restoran khas Minangkabau di Kota Bandung, muncul sebagai contoh menarik dari upaya transformasi digital bisnis kuliner tradisional. Meskipun telah mengadopsi beberapa teknologi digital, Bajamba Kapau masih menghadapi berbagai tantangan. Mereka mengalami kesulitan dalam mengintegrasikan sistem pemesanan online dengan operasional dapur tradisional, serta mempertahankan konsep “makan

bersama” dalam konteks digital. Manajemen juga menghadapi tantangan dalam melatih staff yang terbiasa dengan sistem tradisional untuk menggunakan teknologi baru. Lebih lanjut, ada kekhawatiran bahwa digitalisasi yang berlebihan mungkin akan mengurangi nilai autentisitas yang menjadi daya tarik utama rumah makan ini.

Meskipun potensi transformasi digital sangat besar, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM, termasuk RM Bajamba Kapau, belum sepenuhnya mampu memanfaatkannya untuk meningkatkan daya saing mereka. Kesenjangan ini tidak hanya disebabkan oleh keterbatasan teknis, tetapi juga oleh resistensi budaya dan ketidakpastian mengenai bagaimana teknologi dapat diterapkan tanpa mengorbankan nilai-nilai tradisional yang menjadi kekuatan utama bisnis. Dalam konteks ini, RM Bajamba Kapau menjadi contoh nyata dari tantangan empiris yang dihadapi oleh banyak bisnis tradisional lainnya di Indonesia, yang memerlukan pendekatan yang lebih holistik dan terarah dalam proses transformasi digital.

Penelitian Anggadwita et al. (2021) menunjukkan bahwa kapabilitas teknologi dan inovasi memiliki efek positif dan signifikan terhadap ketahanan bisnis UMKM selama pandemi COVID-19. Selain itu, kapabilitas inovasi juga terbukti memainkan peran mediasi yang signifikan dalam hubungan antara kapabilitas teknologi dan ketahanan bisnis. Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Bandung. Hal ini mendorong para pelaku UMKM di Bandung untuk terus melakukan proses inovasi agar menjadi lebih ambidextrous dan terus berinovasi demi keberlanjutan bisnis mereka. Kapabilitas teknologi, kepemimpinan yang gesit, dan ambidexterity inovasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Bandung (Anggadwita, Diani Suganda, et al., 2021).

Permasalahan yang dihadapi Bajamba Kapau mencerminkan dilema yang dihadapi banyak bisnis kuliner tradisional dalam era digital, menjadikannya studi kasus yang representatif untuk penelitian ini. Digitalisasi merupakan solusi yang lebih tepat dan realistis untuk RM Bajamba Kapau saat ini. Dengan memulai dari digitisasi dan beralih ke digitalisasi, RM Bajamba Kapau dapat meningkatkan

efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan tanpa mengganggu model bisnis tradisionalnya. Transformasi digital penuh dapat dipertimbangkan di masa depan jika bisnis menunjukkan kesiapan dan kebutuhan untuk perubahan yang lebih menyeluruh.

Berdasarkan latar belakang ini, penelitian dengan judul "**Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Transformasi Digital di Bajamba Kapau**" menjadi sangat relevan dan penting. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi proses transformasi digital di RM Bajamba Kapau, dimulai dari langkah-langkah dasar seperti digitisasi dan digitalisasi, hingga potensi transformasi lebih lanjut. Meskipun transformasi digital penuh mungkin tidak segera relevan bagi RM Bajamba Kapau saat ini, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi setiap tahap dalam spektrum transformasi digital, sehingga dapat diimplementasikan dengan cara yang paling sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan bisnis.

Dengan fokus pada spektrum transformasi digital, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam literatur mengenai digitalisasi UMKM, khususnya dalam sektor kuliner tradisional, dan menawarkan wawasan praktis bagi bisnis serupa yang sedang mempertimbangkan adopsi teknologi digital secara bertahap.

1.3 Perumusan Masalah

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM kuliner di era modern, termasuk bagi Bajamba Kapau sebagai restoran khas Minangkabau di Bandung. Namun, proses transformasi ini tidak selalu berjalan mulus dan sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan. Bajamba Kapau, sebagai restoran yang berusaha mempertahankan keaslian masakan dan konsep tradisional sambil mengadopsi teknologi digital, menghadapi dilema unik dalam proses transformasinya.

Berdasarkan pra-penelitian yang telah dilakukan, termasuk wawancara dengan General Manager Bajamba Kapau, Pak Teddy Rustandi, terungkap bahwa

restoran ini mengalami penurunan jumlah pengunjung. Namun, ada upaya dan keinginan yang kuat dari pihak manajemen untuk merubah kondisi ini menjadi lebih baik. Fenomena ini menambah urgensi bagi Bajamba Kapau untuk melakukan transformasi digital sebagai upaya untuk merevitalisasi bisnisnya dan menarik kembali minat konsumen.

Di satu sisi, ada kebutuhan untuk mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memenuhi ekspektasi konsumen modern, serta mengatasi masalah penurunan jumlah pengunjung. Di sisi lain, ada kekhawatiran bahwa digitalisasi yang berlebihan dapat mengurangi nilai autentisitas dan pengalaman khas yang menjadi daya tarik utama restoran ini. Selain itu, tantangan teknis seperti integrasi sistem digital dengan operasional tradisional, serta pelatihan staff untuk menggunakan teknologi baru, menambah kompleksitas proses transformasi.

Mengingat pentingnya keseimbangan antara inovasi digital dan pelestarian nilai tradisional, serta kebutuhan untuk merancang strategi transformasi yang efektif, maka menjadi penting untuk mengidentifikasi tantangan spesifik yang dihadapi Bajamba Kapau dalam proses transformasi digitalnya. Lebih lanjut, diperlukan pemahaman mendalam tentang langkah-langkah strategis yang perlu diambil untuk mengatasi tantangan tersebut dan mencapai transformasi digital yang sukses tanpa mengorbankan esensi dan keunikan Bajamba Kapau sebagai restoran khas Minangkabau, sekaligus meningkatkan daya tariknya bagi konsumen modern.

1.4 Pertanyaan Peneliti

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini akan berfokus pada dua pertanyaan utama:

1. Apa saja tantangan utama yang dihadapi oleh rumah makan Bajamba Kapau dalam implementasi transformasi digital?
2. Bagaimana roadmap transformasi digital yang harus dijalankan oleh Bajamba Kapau?

Melalui pertanyaan-pertanyaan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi secara spesifik hambatan-hambatan yang dihadapi Bajamba Kapau dalam proses transformasi digitalnya, serta merumuskan langkah-langkah strategis yang perlu diambil untuk mencapai transformasi digital yang efektif dan berkelanjutan.

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi oleh rumah makan Bajamba Kapau dalam implementasi transformasi digital
2. Untuk mengidentifikasi roadmap transformasi digital yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik Bajamba Kapau dan memberikan solusi konkret untuk mengatasi tantangan tersebut.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis.

Manfaat Teoritis:

1. Kontribusi bagi Industri Kuliner, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mendalam terkait faktor penghambat yang dihadapi oleh rumah makan, khususnya dalam menerapkan transformasi digital. Dengan demikian, industri kuliner dapat memahami secara lebih baik strategi yang efektif untuk mengimplementasikan transformasi digital guna mengembangkan bisnis mereka.

Manfaat Praktis:

1. Informasi bagi Masyarakat Umum, hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang kelebihan dan kekurangan dari rumah makan konvensional. Informasi ini dapat menjadi referensi bagi masyarakat ketika memilih tempat makan, mempertimbangkan aspek-aspek yang relevan dalam pengalaman kuliner mereka.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam upaya untuk mempermudah pemahaman dan penyusunan penelitian ini, susunan dapat dirinci sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama menyajikan ikhtisar umum tentang obyek penelitian, memaparkan latar belakang penelitian, merumuskan permasalahan yang akan diinvestigasi, mengidentifikasi tujuan penelitian, menyampaikan manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian, dan menunjukkan struktur keseluruhan penulisan tugas akhir.

2. BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN

Bab kedua berisi pengembangan teori-teori yang mendukung penelitian, tinjauan terhadap penelitian sebelumnya yang relevan, dan pembentukan kerangka pemikiran yang menjadi landasan bagi penelitian ini.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan jenis penelitian yang digunakan, mengoperasionalkan variabel, merinci tahapan penelitian dari perencanaan hingga analisis data, menggambarkan populasi dan sampel penelitian, menjelaskan metode pengumpulan data, menguji validitas dan reliabilitas data, serta merincikan teknik analisis data yang diterapkan.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat mencakup deskripsi karakteristik narasumber dan pembahasan menyeluruh mengenai hasil penelitian yang telah diperoleh, sesuai dengan tujuan penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima berisi kesimpulan yang diambil dari hasil pembahasan penelitian, disertai dengan saran yang disesuaikan dengan konteks penelitian. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi landasan untuk penyempurnaan pada penelitian yang akan datang.