

Strategi Pengembangan Industri Kreatif *Food Truck* di Kota Bandung Development Strategy on Food Truck Creative Industry in City of Bandung

¹Wijayanto Ramadhan Supeno, ²Ria Haryatiningsih, ³Asnita Frida Sebayang

^{1,2,3} Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: wijay193wr@gmail.com

Abstract. *Food Truck* is a uniquely modifies-truck carrying food equipped with cooking tools and other facilities to enable merchants to sell products directly. *Food Truck* has certain eminences of high mobility to perform proactive services to go straight to its customers and open to broader market share. It needs relatively lower capital investment compared to a restaurant or café. Nevertheless, behind those eminences lie several obstacles. Since it is a new kind of business, *food Truck* merchants has no clear business plan for the next few years. Based on that phenomenon, obstacles found in this research compiled as follow: (1) How is the canvas business model on creative industry of *Food Truck* in Bandung? (2) How is the development strategy of *Food Truck* industry executed in Bandung?. Approachment used in this research is *mix method* approachment. It is a method of combining qualitative and quantitative approachments. Quantitative approachment is data collecting and measuring in numbers and qualitative approachment is factual narrative situational description. Population choosed for this research is BDG *Food Truck* community. Sample collecting technic used is *Propositional Stratified Sampling* and resulted in research sample of 28 *Food Trucks*. Data collecting technic used in this research is questioner, interviews, observation, and documented study. Data analysis technic used is BMC business model analysis technic and Likert Scale. Result of this research are: description of canvas business model on food truck industry in Bandung with 9 identified-elements of customers, value proposition, channel, customer relationship, cash flow, primary resources, primary activities, primary partnership and cost structure. SWOT result analysis are optimizing technology to improve adding value of the product, broadening market, using community to obtain strategic and comfortable selling place, creating product quality standard to keep the competitiveness, creating product innovation by making quality product.

Key words: *Food Truck*, Canvas Business Model, SWOT Analysis.

Abstrak. *Food Truck* merupakan truk yang membawa makanan dan telah dimodifikasi secara unik dilengkapi juga oleh peralatan masak dan sarana untuk menjual, sehingga penjual menjual dagangannya di atas kendaraan. *Food Truck* ini karena memiliki beberapa keunggulan seperti memiliki konsep menjemput bola sehingga memiliki mobilitas yang tinggi dan dapat memiliki pangsa pasar yang lebih luas. Modal awal yang relative rendah dibandingkan dengan membuat rumah makan atau café. Akan tetapi dibalik keunggulan tersebut masih banyak ditemukan berbagai permasalahan. Oleh karenanya *food truck* terbilang baru, sehingga para pelaku *food Truck* masih belum memiliki rencana usaha yg jelas beberapa tahun kedepan. Berdasarkan fenomena tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: (1) Bagaimana model bisnis kanvas pada industri kreatif *Food Truck* di Kota Bandung? (2) Bagaimana strategi pengembangan industri *Food Truck* di Kota Bandung?. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan metode kombinasi (mix metode). Pendekatan penelitian metode kombinasi (mix metode) adalah dengan menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif berupa pengumpulan dan pengukuran data yang berbentuk angka atau pendekatan kualitatif berupa penggambaran keadaan secara naratif (kata-kata) apa adanya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah komunitas BDG *Food Truck*. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Propositional Stratified Sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 28 *Food Truck*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis model bisnis BMC dan skala likert. Hasil dari penelitian ini adalah: Hasil dari penelitian menunjukkan gambaran mengenai model bisnis kanvas pada industri *food truck* di Kota Bandung dengan 9 elemen yang diidentifikasi yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktifitas utama, kemitraan utama dan struktur biaya. Hasil analisis SWOT yaitu, Mengoptimalkan teknologi guna meningkatkan nilai tambah produk, Perluasan pasar, Memanfaatkan komunitas untuk mendapatkan lahan berjualan yang nyaman dan strategis, Menciptakan standar kualitas produk untuk menjaga daya saing, Melakukan upaya inovasi produk dengan memberikan produk yang berkualitas.

Kata Kunci: *Food Truck*, Bisnis Model Kanvas, Analisi SWOT.

A. Pendahuluan

Mengingat hal tersebut bermunculan inovasi di dalam bisnis kuliner. Bisnis kuliner yang cukup ramai saat ini adalah *Food Truck*. *Food Truck* pertama kali diperkenalkan di Amerika, dikarenakan Negara itu yang begitu luas dan banyak masyarakat yang sering berpergian dengan waktu yang cukup lama dari satu kota ke kota yang lain. *Food Truck* merupakan truk yang membawa makanan dan telah dimodifikasi secara unik dilengkapi juga oleh peralatan masak dan sarana untuk menjual, sehingga penjual menjual dagangannya di atas kendaraan. Truk yang menyerupai restoran ini menjual beragam menu dengan desain truk, kemasan dan makanan yang unik. Biasanya mereka menjual makanan biasa atau makanan ringan, dan saat ini *Food Truck* menjadi kuliner yang cukup populer di industri kuliner Kota Bandung.

Banyak diminatinya usaha *Food Truck* ini karena memiliki beberapa keunggulan seperti memiliki konsep menjemput bola sehingga memiliki mobilitas yang tinggi dan dapat memiliki pangsa pasar yang lebih luas. Modal awal yang relative rendah dibandingkan dengan membuat rumah makan atau café. Akan tetapi dibalik keunggulan tersebut masih banyak ditemukan berbagai permasalahan. Oleh karenanya food truck terbilang baru, sehingga para pelaku *food Truck* masih belum memiliki rencana usaha yg jelas beberapa tahun kedepan, selain itu faktor lainnya berupa sulitnya mencari lahan untuk berjualan, banyaknya pungutan liar, serta sulitnya mencari sparepart kendaraan untuk mobil operasional.

Oleh karena itu perlu adanya perencanaan yang sangat baik dalam pengembangan industri *Food Truck* di kota Bandung agar tidak terjadi masalah-masalah yang akan menghambat pertumbuhan pada industri kuliner *Food Truck* ini. Maka diperlukan strategi bisnis yang dilihat dari aspek komponen-komponen dan bisnis model yang ada. Karena cara pengembangan yang lebih pesat itu dengan menggunakan bisnis model. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menggunakan konsep bisnis model kanvas (*business model canvas*) yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, bisnis model kanvas ini merupakan bisnis model yang memiliki kosep bisnis yang sangat sederhana yang ditampilkan dalam bentuk lembar kanvas yang berisi 9 kotak. Hasil dari bisnis model kanvas tersebut menjadi alat bantu dalam merumuskan strategi pengembangan dengan menggunakan matrik SWOT dalam menganalisis factor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta factor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman yang digunakan untuk peningkatan dan pengembangan industri kuliner *Food Truck* di kota Bandung, dan diharapkan semakin tumbuh demi mewujudkan tujuan terbangunnya industri yang tangguh dan berdaya saing yang digagas oleh Kementrian Perindustrian dalam kontribusi pembangunan nasional.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Strategi Pengembangan Industri Kreatif *Food Truck* di Kota Bandung?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Bagaimana model bisnis kanvas pada industri kreatif *Food Truck* di Kota Bandung?
2. Bagaimana strategi pengembangan industri *Food Truck* di Kota Bandung?

B. Landasan Teori

Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif

adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (*Kementrian Perdagangan Indonesia*).

Industri kreatif adalah industri tersendiri dengan penampilan pada keunggulan kreativitas dalam menghasilkan desain-desain kreatif yang melekat pada produk barang/jasa yang dihasilkan. Industri kreatif merupakan kumpulan dari sektor-sektor industri yang mengutamakan kreativitas sebagai modal utama dalam menghasilkan produk barang dan jasa. Industri desain dalam hal ini dapat dipandang sebagai komponen inti dari suatu industri kreatif, dimana implementasinya bisa terjadi pada beragam sektor

Industri kuliner adalah kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi dan/atau kearifan lokal ; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan memberikan pengalaman bagi konsumen (*Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; 2014*).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa dunia kuliner tidak lepas dari nilai tradisi dan kearifan lokal suatu daerah karena makanan, terutama di Indonesia, merupakan salah satu warisan budaya. Untuk meningkatkan daya tarik konsumen, diperlukan sebuah kreativitas sehingga tercipta produk kuliner yang menarik dan berkualitas.

Model Bisnis menjelaskan mengenai dasar pemikiran bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya. Osterwalder & Pigneur (2010), dalam bukunya yang berjudul "*Business Model Generation*", membuat sebuah pendekatan model kanvas yaitu sembilan elemen yang memudahkan bagi para pembisnis untuk membangun dan mengembangkan bisnis mereka. Sembilan blok bangunan terdiri dari segmen pelanggan (*Customer Segments*), proposisi nilai (*Value Propositions*), hubungan pelanggan (*Customer Relationship*), saluran (*Channels*), sumber daya utama (*Key Resources*), aktifitas utama (*Key Activity*), kemitraan utama (*Key Partnership*), struktur biaya (*Cost Structure*), dan arus pendapatan (*Revenue Stream*).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Model Bisnis Kanvas

Dari hasil identifikasi model bisnis kanvas, didapatkan informasi untuk memetakan model bisnis industri *Food Truck* berdasarkan Sembilan bangunan bisnis model kanvas. Maka digambarkan sebagai berikut :

Gambar 4.1 menggambarkan model bisnis kanvas pada industri kreatif *Food Truck* di kota Bandung. Elemen pertama *Customer Segmen* pelanggan dari dalam dan luar kota Bandung serta semua kalangan menjadi pelanggan *Food Truck*. *Value Proposition* yakni memiliki keunggulan produk, kemasan unik dan praktis serta segi harga yang terjangkau. *Customer Relationship* pelayanan yang ramah dan menyampaikan informasi produk kepada pelanggan melalui sosial media. *Channel* mempromosikan produk dan informasi keberadaan *Food Truck* melalui sosial media, dan komunitas sebagai wadah didalam melakukan penjualan juga sekaligus promosi.



Gambar 1. Model Bisnis Kanvas

Reveneue Streams yakni mendapatkan pendapatan dari hasil penjualan produk. *Key Resources* kendaraan merupakan asset utama, peralatan produksi, memiliki merk atau brand name dan kualitas SDM yang potensi. *Key Partner* yakni supplier, mitra usaha dan partner didalam penjualan produk. *Cost Structure* elemen terakhir yang berisi biaya produksi, biaya karyawan, biaya pemasaran dan biaya operasional.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya tentang model bisnis kanvas dan strategi pengembangan industri kreatif *Food Truck* di Kota Bandung maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Hasil penelitian menggambarkan sembilan elemen model bisnis kanvas pada industri kreatif *Food Truck* di Kota Bandung adalah :

1. *Customer Segmen* dari *Food Truck* merupakan semua kalangan, pelanggan tidak hanya berada di Kota Bandung melainkan telah sampai ke luar Kota Bandung.
2. *Value Proposition* yaitu memiliki keunggulan produk, kemasan unik dan praktis serta segi harga yang terjangkau.
3. *Customer relationship* pelayanan ramah dan menyampaikan informasi produk kepada pelanggan melalui sosial media.
4. *Channels* mempromosikan produk dan informasi keberadaan *Food Truck* melalui media sosial. Serta adanya komunitas yang membantu dalam penjualan juga promosi produk.
5. *Reveneue Stream* yakni mendapatkan pendapatan dari hasil penjualan produk
6. *Key Resources*, kendaraan merupakan asset utama, dan beberapa asset penting lainnya adalah peralatan produksi, memiliki merk dan SDM yang potensi.
7. *Key Activities* melakukan produksi, penjualan dan selalu melakukan inovasi produk.
8. *Key Partner* yaitu supplier, mitra usaha dan partner didalam penjualan produk.
9. *Cost Structure* elemen terakhir yang berisi biaya produksi, biaya karyawan, biaya pemasaran dan biaya operasional.

Menurut hasil analisis elemen terkuat ialah proposisi nilai karena pada elemen ini memiliki berbagai keunggulan seperti : keunggulan produk, kemasan unik dan praktis serta harga yang terjangkau. Sedangkan elemen terkuat adalah Hubungan Pelanggan dikarenakan hanya mengandalkan sosial media dan pelayanan ramah saja.

Daftar Pustaka

- Amit, R., & Zott, C. (2010). *Business Model Innovation: Streating Value in Time*.
University of Pamplona: Working paper, IESE Business School
- Emir. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Analisi Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwar, Syaifuddin. 2005. *Metode Penelitian*. Jogjakarta: Pustaka Belajar.