

Digital Readiness of Creative Economy Entrepreneurs Subsector Culinary in Padang City

Kesiapan Digital Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner di Kota Padang

Dabitha Wise Maliha

Study Program of Business Administration, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Adabiah

Email: dabithawisemaliha@gmail.com

How to Cite :

Maliha, D.W. (2023). Digital Readiness of Creative Economy Entrepreneurs Subsector Culinary in Padang City. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 4(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v4i1>

ARTICLE HISTORY

Received [19 Desember 2022]

Revised [12 Januari 2023]

Accepted [25 Januari 2023]

KEYWORDS

Kesiapan digital, Bisnis Kuliner

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Adanya pandemi Covid-19 membuat para pelaku usaha kuliner mulai beradaptasi dengan digitalisasi. Namun dalam proses transformasi digitalisasi dibutuhkan kesiapan digital agar lebih siap menghadapi tantangan di berbagai krisis. Tujuan artikel ini adalah untuk menganalisis sejauh mana kesiapan digital dan pemanfaatan digitalisasi oleh pelaku usaha kuliner di Kota Padang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dari sumber data dari Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021-2026 yang disusun oleh Bappeda Kota Padang. Hasil dari analisis menunjukkan sebanyak 51 pelaku usaha masuk kategori komplimen dan 50 pelaku usaha yang masuk kategori perusahaan berbasis data digital. Para pelaku usaha kuliner juga menganggap menggunakan teknologi digital memberikan manfaat mengurangi biaya usaha dan meningkatkan produktivitas usahanya. Selain itu, penelitian dan pengembangan, kepemimpinan teknologi dan inovasi juga dianggap penting. Namun penggunaan teknologi biaya penggunaannya tidaklah murah dan banyak diantara mereka yang tidak memiliki sumber keuangan yang memadai dalam menerapkan teknologi untuk operasional usaha. Mereka juga merasa khawatir peretas dapat mencuri data. Adapun penggunaan teknologi digital memberikan manfaat peningkatan kualitas produk (barang/jasa), layanan pelanggan, dan terciptanya hubungan kerja yang lebih baik dengan mitra usaha. Sedangkan nilai manfaat yang belum maksimal dirasakan antara lain terkait keunggulan usaha yang tidak dimiliki oleh pesaing dan mengurangi biaya usaha.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic had an impact to culinary entrepreneurs begin to adapting digitalization. However, digitalization transformation process needed digital readiness to better prepared facing challenges in various crises. The purpose of this article is to analyze the extent of digital readiness and the use of digitalization by culinary entrepreneurs in Padang city. The analytical method used is descriptive analysis from data sources on Roadmap Creative Economy of Padang city from the 2021-2026. The results show that 51 culinary entrepreneurs are in the complement category and 50 culinary entrepreneurs are in the digital data-based company category. Culinary entrepreneurs also consider that

using digital technology give benefit to reducing business costs and increasing business productivity. In addition, research and development, technology leadership and innovation are also considered important. However, the cost of using technology is not cheap and many of them do not have adequate financial resources to apply technology to business operations. They also worry that hackers can steal data. The use of digital technology provides the benefits of improving product quality (goods/services), customer service, and creating better working relationships with business partners. While the value of benefits that have not been maximized are related to competitive advantages that are not owned by competitors and reduced business costs..

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu kota primadona kuliner di Indonesia, Kota Padang menjadikan sektor kuliner sebagai andalan dalam peningkatan ekonomi dan pariwisata. Sebagaimana menurut Wali Kota Padang, Hendri Septa mengatakan sektor kuliner memberikan pengaruh sebesar 45 persen dalam sumber pendapatan ekonomi pariwisata. Hal ini terbukti dari pajak rumah makan dan restoran mencapai 20 persen dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) (padang.go.id, 2021). Namun, semenjak terjadinya pandemi Covid-19 berbagai usaha kuliner seperti restoran, rumah makan, kafe dan kedai kopi mengalami penurunan omset bahkan sampai mengalami kebangkrutan. Sehingga total jumlah restoran dan rumah makan di Kota Padang mengalami penurunan sejak dua tahun terakhir. Hal ini terbukti dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Padang, jumlah restoran dan rumah makan di tahun 2019 sebanyak 335, di tahun 2020 sebanyak 328 dan di tahun 2021 sebanyak 333 (BPS Kota Padang, 2022).

Selama pandemi, penerapan *social distancing* yang diberlakukan oleh pemerintah membuat para pelaku usaha ekonomi kreatif pada sektor kuliner di Kota Padang mulai beralih ke digitalisasi sebagai strategi mereka untuk tetap bertahan. Adapun salah satunya dengan memanfaatkan platform digital seperti GoFood, Shopee Food, GrabFood dan sebagainya dalam mendistribusikan dan mempromosikan makanan atau minuman yang dijual. Memanfaatkan platform digital yang berperan sebagai strategi bertahan berkembang menjadi suatu tren bagi pelaku usaha kuliner. Sehingga di masa pasca pandemi, para pelaku usaha kuliner banyak yang bertransformasi digitalisasi untuk pengembangan usahanya. Pemerintah Kota Padang juga turut berperan dalam upaya mewujudkan transformatif digitalisasi UMKM, diantaranya melaksanakan program pendampingan dan peningkatan kompetensi di bidang kuliner dan digitalisasi (Maliha, 2022).

Pada proses transformasi digital perlu adanya kesiapan digital bagi pelaku usaha kuliner untuk siap menghadapi masa krisis baik di masa pandemi maupun setelahnya. Sehingga, hal ini mengajak pertanyaan; Sejauh mana kesiapan digital pelaku usaha ekonomi kreatif pada sektor kuliner di Kota Padang? Adapun tujuan dari artikel ini untuk menganalisis sejauh mana kesiapan digital dan pemanfaatan digitalisasi oleh pelaku usaha kuliner di Kota Padang. Batasan dari artikel ini hanya seputar implikasi deskriptif pada kesiapan digital pelaku usaha kuliner di Kota Padang.

LANDASAN TEORI

Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner

Kuliner merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif, berdasarkan buku Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019, kuliner didefinisikan sebagai kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan, dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi dan kearifan lokal. Keempat unsur tersebut menjadi elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk untuk menarik daya beli dan memberikan

pengalaman bagi konsumen (Lazuardy & Triady, 2015). Keempat unsur tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Kreativitas, yaitu aspek ide baru yang dapat memberikan nilai tambah pada makanan dan minuman tertuang melalui kreasi resep, cara pengolahan dan cara penyajian. Proses kreativitas tidak sepenuhnya 100% baru, namun dapat berupa pengembangan sesuatu yang sudah ada sehingga memiliki nilai jual tinggi dan menarik di pasar.
2. Estetika, yaitu aspek tampilan makanan dan minuman ditata dengan memperhatikan nilai keindahan sehingga memiliki nilai lebih dan mampu menggugah selera konsumen yang menikmatinya.
3. Tradisi, yaitu sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan kelompok masyarakat yang berkaitan dengan kebiasaan mengolah dan mengonsumsi makanan. Adapun informasinya diteruskan dari generasi ke generasi baik secara tertulis maupun lisan.
4. Kearifan lokal, yaitu identitas yang tertanam dalam suatu daerah, kebijaksanaan yang bersandar pada filosofi nilai-nilai, etika, cara-cara dan perilaku yang melembaga secara tradisional.

Didalam buku Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019, sesuai KBLI Ekonomi Kreatif, ruang lingkup subsektor kuliner adalah:

1. 56101 Restoran
2. 56102 Warung Makan
3. 56103 Kedai Makanan
4. 56104 Penyediaan Makanan Keliling Atau Tempat Tidak Tetap
5. 56210 Jasa Boga Untuk Suatu Event Tertentu (Event Catering)
6. 56290 Penyediaan Makanan Lainnya
7. 56301 Bar
8. 56302 Klub Malam Atau Diskotik Yang Utamanya Menyediakan Minuman
9. 56303 Rumah Minum Atau Kafe
10. 56304 Kedai Minuman
11. 56305 Rumah Atau Kedai Obat Tradisional
12. 56306 Penyediaan Minuman Keliling Atau Tempat Tidak Tetap

Kesiapan Digital

Menurut Nasution et al., (2018), kesiapan digital adalah kecenderungan untuk mau beralih dan mengadopsi teknologi digital dan menggunakan teknologi tersebut untuk menciptakan peluang kreatif yang dapat membantu seseorang, organisasi, industri dan negara mencapai tujuan yang lebih cepat dengan hasil yang lebih besar.

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kota Padang membagi kesiapan digital bagi para pelaku ekonomi kreatif menjadi 3 kategori:

1. Early Stage Adopter (pengguna awal), yaitu pelaku usaha yang menggunakan teknologi digital awal yang masih belum banyak digunakan orang dalam menjalankan usaha.
2. Complementary (komplimen), yaitu pelaku usaha yang sudah menggunakan teknologi digital untuk menambah daya saing produk tetapi belum digunakan sebagai strategi pengambilan keputusan dalam pengembangan produk.
3. Digital driven enterprise (perusahaan berbasis data digital), yaitu pelaku usaha yang telah menggunakan teknologi digital hampir keseluruhan dalam manajemen usahanya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian pada artikel ini adalah penelitian deskriptif yang memberikan gambaran tentang fenomena yang diteliti sesuai fakta. Adapun jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari studi kepustakaan, yaitu dengan mengumpulkan informasi dari berbagai literatur seperti buku, jurnal dan data referensi relevan lainnya. Teknik pengolahan data bersumber dari Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021-2026 yang disusun oleh Bappeda Kota Padang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesiapan Digital Pelaku Usaha Kuliner Kota Padang

Berdasarkan data dari Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021-2026, sebagian besar pelaku usaha kuliner di Kota Padang telah masuk pada kategori *complementary* dan sebagian besar juga telah masuk pada kategori *digital driven enterprise* yang dirincikan pada table 1. Sehingga pelaku usaha kuliner di Kota Padang pada umumnya hampir secara keseluruhan telah menggunakan teknologi digital dalam manajemen usahanya.

Tabel 1. Level Kesiapan Pelaku Usaha Kuliner Kota Padang

Early Adopter	Complementary	Digital Driven Enterprise	Jumlah
5	51	50	106

Sumber: Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021-2026

Didalam Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021-2026 juga terdapat hasil skoring rata-rata persepsi kesiapan digitalisasi pelaku usaha ekonomi kreatif (ekraf) Kota Padang yang mana pada peringkat pertama, pelaku usaha ekraf merasakan dampak menggunakan teknologi digital memberikan manfaat mengurangi biaya usaha dan meningkatkan produktivitas usaha dengan total skor 3,99. Selanjutnya, peringkat kedua pelaku usaha ekraf menekankan pentingnya penelitian dan pengembangan, kepemimpinan teknologi dan inovasi dengan total skor 3,77. Namun, pada peringkat terakhir terlihat bahwa masih banyak para pelaku usaha mengeluhkan penggunaan teknologi biaya penggunaannya tidaklah murah dengan rata-rata skor 3,08 dan banyak diantara mereka yang tidak memiliki sumber keuangan yang memadai dalam menerapkan teknologi untuk operasional usaha dengan hasil rata-rata skor 3,17. Selain itu, mereka juga merasa khawatir peretas (*hacker*) dapat mencuri data dengan rata-rata skor 3,04. Untuk lebih rincinya terdapat pada tabel 2.

Tabel 2. Aspek Kesiapan Digitalisasi Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif Kota Padang

Peringkat	Sub Aspek	Rata-rata Skor
1	Pelaku usaha ekraf paham bahwa menggunakan TIK dapat memberikan manfaat bagi usaha (misal, mengurangi biaya usaha dan meningkatkan produktivitas usaha)	3,99
2	Pelaku usaha ekraf menekankan penelitian dan pengembangan (R&D), kepemimpinan teknologi, dan inovasi.	3,77
3	Pelaku usaha ekraf mempunyai rencana yang jelas mengenai penggunaan TIK dalam usaha	3,75
4	Pelaku usaha ekraf mempunyai Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas dalam menjalankan usaha	3,66
5	Dampak lingkungan menjadi pertimbangan utama pelaku usaha ekraf dalam memutuskan untuk menerapkan TIK	3,63
6	Pelanggan dan/ pesaing usaha membuat pelaku usaha ekraf terdorong untuk menerapkan TIK	3,61
7	Pelaku usaha ekraf dapat mengkomunikasikan kepada orang lain akibat dari penggunaan TIK.	3,60
8	Infrastruktur telekomunikasi (misal, jaringan Internet/ pembayaran elektronik)	3,56

	sudah handal untuk mendukung penggunaan TIK dalam usaha	
9	TIK sesuai dengan cara pelaku usaha ekraf dalam berusaha (misal, sesuai dengan produk/ pelanggan).	3,55
10	Pelaku usaha ekraf memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menerapkan TIK.	3,54
11	Pelaku usaha ekraf memiliki banyak kesempatan untuk mencoba berbagai macam aplikasi TIK.	3,50
12	Secara keseluruhan, menggunakan TIK mudah bagi pelaku usaha ekraf.	3,44
13	Dalam menghadapi pesaing, pelaku usaha ekraf sangat sering menjadi yang pertama yang mengenalkan produk/ layanan baru, teknologi, dll	3,43
14	Pemerintah aktif menyediakan berbagai fasilitas untuk mendukung penerapan TIK.	3,26
15	Penyedia/ vendor TIK aktif mempromosikan/ memberikan insentif untuk menerapkan TIK.	3,23
16	Lembaga keuangan (misal, Bank, koperasi, dll.). memberikan bantuan keuangan bagi UMKM yang ingin menerapkan TIK.	3,21
17	Pelaku usaha ekraf memiliki sumber keuangan yang memadai untuk menerapkan TIK dalam operasional usaha	3,17
18	Biaya penggunaan TIK murah	3,08
19	Pelaku usaha ekraf tidak khawatir peretas (hacker)/ penjahat dapat mencuri data kami apabila kami menggunakan TIK.	3,04

Sumber: Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021-2026

Manfaat Digitalisasi

Adanya kesiapan digital bagi pelaku usaha kuliner akan memberikan manfaat bagi keberlangsungan usahanya. Sebagaimana berdasarkan hasil pengolahan data pada Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021-2026, pelaku usaha ekraf merasakan manfaat digitalisasi dengan meningkatnya produktivitas usaha dengan rata-rata skor 4,11. Selanjutnya, pelaku usaha ekraf juga merasakan manfaat digitalisasi dengan adanya peningkatan kualitas produk (barang/jasa), layanan pelanggan, dan terciptanya hubungan kerja yang lebih baik dengan mitra usaha, hasil rata-rata skor 4,01. Sedangkan nilai manfaat yang belum maksimal antara lain terkait keunggulan usaha yang tidak dimiliki oleh pesaing dengan hasil rata-rata skor 3,76 dan mengurangi biaya usaha dengan rata-rata skor 3,84. Untuk lebih rincinya terdapat pada tabel 3.

Tabel 3. Aspek Manfaat Digitalisasi Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif Kota Padang

Peringkat	Sub Aspek	Rata-rata Skor
1	Meningkatnya produktivitas usaha	4,11
2	Meningkatnya kualitas produk (barang/jasa)	4,01
3	Meningkatnya layanan pelanggan (<i>customer service</i>)	4,01
4	Terciptanya hubungan kerja yang lebih baik dengan mitra usaha	4,01
5	Kontrol kinerja usaha yang lebih baik (keuangan, produksi, dll)	4,00
6	Pertumbuhan bisnis (peningkatan volume transaksi/pasar baru)	3,97
7	Terciptanya inovasi bisnis (usaha baru, strategi pasar baru, dll)	3,97
8	Pengambilan keputusan usaha yang lebih baik	3,96
9	Mengurangi biaya usaha	3,84
10	Keunggulan usaha yang tidak dimiliki oleh pesaing	3,76

Sumber: Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021-2026

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil olahan data Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021-2026, sebagian besar pelaku usaha kuliner di Kota Padang telah memiliki kesiapan digital yang terbukti dari sebanyak 51 pelaku usaha masuk kategori komplimen dan 50 pelaku usaha yang masuk kategori perusahaan berbasis data digital. Sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif, para pelaku usaha kuliner juga menganggap menggunakan teknologi digital memberikan manfaat mengurangi biaya usaha dan meningkatkan produktivitas usahanya. Selain itu, mereka juga menekankan pentingnya penelitian dan pengembangan, kepemimpinan teknologi dan inovasi. Namun dalam pandangan pelaku usaha, penggunaan teknologi biaya penggunaannya tidaklah murah dan banyak diantara mereka yang tidak memiliki sumber keuangan yang memadai dalam menerapkan teknologi untuk operasional usaha. Mereka juga merasa khawatir peretas dapat mencuri data. Adapun penggunaan teknologi digital memberikan manfaat peningkatan kualitas produk (barang/jasa), layanan pelanggan, dan terciptanya hubungan kerja yang lebih baik dengan mitra usaha. Sedangkan nilai manfaat yang belum maksimal dirasakan oleh pelaku usaha ekraf antara lain terkait keunggulan usaha yang tidak dimiliki oleh pesaing dan mengurangi biaya usaha.

Saran

Pemerintah Kota Padang perlu mengadakan pelatihan terhadap pelaku usaha ekonomi kreatif, terutama di bidang kuliner dalam pengelolaan keuangan menggunakan teknologi digital. Selain itu, pemerintah juga dapat memberikan dana bantuan bagi pelaku usaha kuliner yang masih berada di tahap *early adopter* dan memberikan dana investasi kepada pelaku usaha pengguna teknologi digital yang berpotensi dalam memajukan kuliner hingga ke tahap internasional. Selain itu, juga perlu adanya pendampingan khusus terkait *data security* untuk menghindari pencurian data dan pemalsuan transaksi jual beli sehingga data dari pelaku usaha kuliner terlindungi dan dapat mengurangi dampak kerugian baik bagi pelaku usaha maupun konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda Kota Padang. (2021). Roadmap Ekonomi Kreatif Kota Padang 2021-2026. Diakses Januari 14, 2022, dari <https://bappeda.padang.go.id/roadmap-ekonomi-kreatif-kota-padang-2021-2026>
- BPS Kota Padang. (2022). Jumlah Restoran/Rumah Makan 2019-2021. Diupdate 8 Juli 2022, dari <https://padangkota.bps.go.id/indicator/16/129/1/jumlah-restoran-rumah-makan.html>
- Lazuardi, M., & Triady, M. S. (2015). Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019. PT. Republik Solusi
- Maliha, D.W. (2022). Penerapan Pemulihan Transformatif Digitalisasi UMKM di Kota Padang. *Ensiklopedia Social Review*, 4(1), 38-44. <https://doi.org/10.33559/esr.v4i1>
- Nasution, R.A., Rusnandi, L.S.L.R., Qodariah, E., Arnita, D., & Windasari, N.A. (2018). The Evaluation of Digital Readiness Concept: Existing Models and Future Directions. *The Asian Journal of Technology*, 11(2), 94-117. <http://dx.doi.org/10.12695/ajtm.2018.11.2.3>
- Padang.go.id (2021). 45 Persen Sektor Ekonomi Pariwisata Padang Bersumber Dari Kuliner. Diakses pada 6 Oktober 2021, dari <https://www.padang.go.id/45-persen-sektor-ekonomi-pariwisata-padang-bersumber-dari-kuliner>