

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal karena keragaman budayanya yang luar biasa. Dengan lebih dari 17.000 pulau, 1.300 kelompok etnis, dan lebih dari 700 bahasa daerah, bangsa ini memiliki warisan budaya yang sangat kaya dan beragam (Indrawati & Sari, 2024). Keberagaman tersebut tercermin melalui tradisi, seni, bahasa, kuliner, dan sistem kepercayaan yang tersebar di seluruh nusantara. Setiap budaya lokal memiliki ciri khas dan ekspresi yang unik, membentuk identitas nasional yang menjadi penanda keunikan Indonesia di antara bangsa-bangsa lain (Syakhrani et al., 2022). Sebagai negara agraris yang terletak di garis khatulistiwa dengan iklim tropis serta posisi strategis di antara dua benua dan dua samudra, kondisi geografis Indonesia yang didominasi oleh bentang alam vulkanik menjadikan tanahnya sangat subur. Keadaan alam ini mendukung perkembangan pertanian, mulai dari tanaman pangan hingga rempah-rempah yang melimpah (Febrianty et al., 2023). Dari rempah-rempah tersebut dihasilkan berbagai produk makanan yang banyak dinikmati oleh masyarakat, dan dikenal sebagai kuliner.

Kuliner merupakan bagian penting dari ekspresi budaya yang sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari. Lebih dari sekadar kebutuhan pokok, makanan juga mencerminkan nilai sejarah dan filosofi yang menggambarkan identitas budaya suatu bangsa. Hidangan tradisional autentik menunjukkan kreativitas masyarakat lokal dalam memanfaatkan bahan-bahan alami sekaligus memperlihatkan kedalaman budaya kuliner Indonesia. Indonesia dikenal dengan cita rasa rempah yang kaya, dan sebagian besar resep tradisionalnya diwariskan secara turun-temurun sehingga rasa khasnya tetap terjaga (Roza et al., 2023). Namun, di era modernisasi dan globalisasi saat ini, makanan tradisional menghadapi tantangan besar. Dalam Penelitian (Harsoyo et al., 2024), menemukan adanya pergeseran minat di kalangan generasi milenial dan gen-z yang lebih memilih makanan cepat saji dan

kuliner modern karena dianggap lebih praktis dan bergengsi serta dipengaruhi faktor globalisasi dan gaya hidup.

Analisis perkembangan pelaku usaha pada tingkat regional menjadi sangat penting untuk memahami variasi ekonomi lokal, mengidentifikasi potensi pertumbuhan sektor kuliner, dan merancang strategi pembangunan yang sesuai dengan karakteristik demografis serta geografis masing-masing daerah. Hal ini memungkinkan pengembangan kebijakan yang lebih tepat sasaran, terutama dalam konteks globalisasi yang mempengaruhi preferensi konsumen dan persaingan usaha. Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu wilayah dengan aktivitas ekonomi yang tinggi, hal ini ditunjukkan oleh variasi dalam jumlah usaha yang dipengaruhi oleh faktor kepadatan penduduk, pariwisata, dan aksesibilitas. Data terkini dari Open Data Jabar (2024) mengungkapkan distribusi usaha restoran, rumah makan, dan kafe pada beberapa kabupaten serta kota di Jawa Barat, yang dapat dijadikan indikator potensi ekonomi sektor kuliner. Distribusi ini menunjukkan konsentrasi usaha pada beberapa wilayah tertentu, yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor demografis dan ekonomi, data ini menekankan pentingnya lokasi strategis dalam mendukung keberlanjutan usaha, terutama pada produk kuliner berbasis kearifan identitas budaya lokal.

Tabel 1. 1 Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat

No	Nama Kabupaten	Jumlah Usaha (Unit)
1.	Kabupatn Bogor	1183 Unit
2.	Kabupaten Cianjur	378 Unit
3.	Kabupaten Cirebon	350 Unit
4.	Kabupaten Ciamis	271 Unit
5.	Kabupaten Bandung	232 Unit
6.	Kabupaten Kuningan	189 Unit

7.	Kabupaten Majalengka	166 Unit
8.	Kabupaten Garut	151 Unit
9.	Kabupaten Tasikmalaya	148 Unit
10.	Kabupaten Sukabumi	87 Unit

Sumber : Open Data Jabar

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor menempati urutan pertama dengan 1.183 unit usaha kuliner, jauh melampaui daerah lain. Cianjur menyusul di urutan kedua dengan 378 unit, sementara Cirebon berada di posisi ketiga dengan 350 usaha kuliner. Kabupaten lain seperti Ciamis (271 unit), Bandung (232), Kuningan (189), Majalengka (166), Garut (151), dan Tasikmalaya (148), memiliki angka yang sedang, sedangkan Sukabumi menjadi yang terendah dengan hanya 87 unit. Ketimpangan ini menunjukkan bahwa perkembangan industri kuliner di Jawa Barat masih terkonsentrasi di wilayah tertentu kemungkinan dipengaruhi oleh faktor kepadatan penduduk, aktivitas ekonomi, pariwisata, dan aksesibilitas daerah. Meskipun demikian, posisi Cirebon di peringkat ketiga menunjukkan potensi yang kuat untuk pengembangan usaha kuliner berbasis budaya lokal, yang dapat dimanfaatkan untuk mengurangi ketimpangan regional. Jumlah 350 unit usaha kuliner di Cirebon mencerminkan potensi ekonomi yang cukup besar dalam sektor makanan dan minuman, yang menjadi salah satu penopang penting perekonomian daerah (Provinsi Jawa Barat. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, 2025).

Cirebon dikenal luas dengan beragam kuliner tradisionalnya yang mencerminkan perpaduan antara tradisi lokal dan pengaruh budaya asing. Empal Gentong adalah hidangan khas yang berasal dari Desa Battembat, Kecamatan Tengah Tani, Kabupaten Cirebon, dengan sejarah panjang sejak abad ke-14 hingga ke-15. Hidangan ini berupa daging sapi dan jeroan yang dimasak dalam kuah santan berbumbu khas menggunakan gentong atau periuk tanah liat yang dipanaskan dengan kayu bakar, sehingga menghasilkan aroma dan cita rasa unik. Nama “empal” merujuk pada daging sapi berbumbu,

sedangkan “gentong” menunjukkan wadah tradisional memasak yang memperkaya rasa hidangan. Empal Gentong mencerminkan akulturasi budaya lokal dengan pengaruh dari pedagang Arab, India, Tionghoa, dan budaya Jawa serta Sunda, menjadi simbol toleransi dan inovasi kuliner yang juga berkontribusi pada ekonomi daerah lewat pariwisata (Basiran et al., 2022; Ratnawulan et al., 2022; Riyadi et al., 2023).

Sebagai kuliner heritage, Empal Gentong tidak hanya sekadar produk makanan, melainkan manifestasi dari identitas budaya dan kearifan lokal masyarakat Cirebon (Detik Jabar, 2024). Namun, status sebagai warisan budaya tidak serta-merta menjamin keberlangsungan ekonomi para pelakunya di tengah modernisasi pasar. Permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha Empal Gentong berakar pada sulitnya melakukan inovasi model bisnis (*business model innovation*) tanpa menghilangkan aspek keotentikan teknik memasak tradisional menggunakan gentong tanah liat dan kayu bakar (Foss & Saebi, 2017).

Selain itu, banyak pelaku UMKM Empal Gentong yang masih berada pada tahap awal pertumbuhan bisnis, di mana keterbatasan kapasitas manajemen, standarisasi mutu, dan legalitas formal seperti kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) menjadi hambatan besar untuk berkembang (Redaksi Suara Cirebon, 2023). Ketatnya persaingan dengan industri makanan modern di Jawa Barat juga menuntut para pelaku usaha untuk segera beradaptasi dengan ekosistem digital (Machin et al., 2023).

Perkembangan usaha kuliner dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya Identitas Budaya dan Keotentikan (*Cultural Identity & Authenticity*), dimana kuliner tradisional memiliki daya tarik unik yang bersumber dari nilai warisan sejarah. Identitas budaya yang kuat, persepsi keotentikan, serta integrasi kearifan lokal terbukti menjadi jangkar penting dalam menarik minat konsumen dan membangun keberlanjutan usaha kuliner berbasis heritage (Dharmawan et al., 2022; Kusumawati & Santoso, 2022a).

Strategi dan penetapan harga (*pricing strategy*) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha kuliner. Penetapan harga

yang tepat harus menyeimbangkan antara analisis Harga Pokok Produksi (HPP) internal dengan persepsi nilai di mata konsumen (Amar & Riofita, 2024). Persepsi harga yang rasional dan kompetitif, dikombinasikan dengan kebiasaan belanja masyarakat, sangat memengaruhi kepuasan serta keinginan konsumen untuk kembali membeli produk tersebut (Jonelvi et al., 2026; Maimunah, 2019a).

Adapun cita rasa (*flavor & taste perception*) merupakan faktor fundamental yang paling konstan dalam menentukan kepuasan dan niat beli ulang konsumen. Mutu sensoris dan konsistensi rasa yang dihasilkan dari komposisi kimia bahan pangan yang khas menjadi penentu apakah sebuah usaha kuliner mampu mempertahankan pasarnya atau tidak (Aryatama, 2024a; Yeung, Tzvetkov, Georgieva, & Atanasov, 2021).

Dalam konteks daya saing UMKM, kualitas pelayanan (*Customer Service*) juga mempengaruhi perkembangan usaha kuliner. Pelayanan yang responsif, etika berinteraksi yang baik, dan keramahan menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan membentuk loyalitas jangka panjang (Maimunah, 2019b; Putri et al., 2022a). Aksesibilitas tempat usaha memainkan peran krusial dalam menarik lalu lintas konsumen. Lokasi usaha yang mudah dijangkau, dekat dengan pusat keramaian, atau berada di jalur wisata kuliner secara langsung meningkatkan visibilitas dan volume penjualan produk (Aryatama, 2024a).

Disamping itu, inovasi dan transformasi digital (*digital transformation*) memainkan peran krusial sebagai faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha kuliner, karena tidak dapat dilepaskan dari adopsi teknologi. Penggunaan digital marketing, pemanfaatan platform pemesanan online, inovasi penyajian (*food plating*), hingga pemanfaatan ekosistem digital untuk berwirausaha menjadi pendorong utama bagi UMKM kuliner untuk naik kelas dan memperluas pangsa (Machin et al., 2023; Sukamto & Cahya, 2023).

Secara manajerial, kelangsungan hidup usaha kuliner dipengaruhi oleh kepemilikan sumber daya yang bernilai dan sulit ditiru (*Resource-Based View*) serta kecukupan modal Wernerfelt (1984) dalam (Knott, 2015). Di

samping itu, dukungan kelembagaan eksternal, seperti kebijakan dinas terkait dan kondisi ekosistem kewirausahaan daerah, turut membentuk iklim pertumbuhan bagi pelaku usaha kecil menengah (Stam & van de Ven, 2021).

Meskipun memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi, usaha Empal Gentong menghadapi tantangan dalam mempertahankan model bisnis tradisionalnya, bahkan setelah ditetapkan sebagai Warisan Budaya Takbenda Indonesia oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi pada Agustus 2024 (Pemerintah Kabupaten Cirebon, 2024). Namun, masih ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha Empal Gentong.

Pertama, dari sisi identitas budaya, banyak pelaku usaha yang mengubah resep dan cara penyajian tradisional agar sesuai dengan selera konsumen modern. Pergantian bahan serta penggunaan peralatan modern menggantikan gentong tanah liat berisiko mengurangi keaslian budaya hidangan ini. Meskipun terdapat lebih dari 20 kedai Empal Gentong di wilayah Kota dan Kabupaten Cirebon, tidak semuanya mampu menjaga cita rasa dan cara pengolahan asli (Detik Jabar, 2024).

Kedua, harga memiliki pengaruh terhadap perkembangan usaha karena konsumen mempertimbangkan harga dalam memilih kuliner (Sukamto & Cahya, 2023). Penetapan harga yang tepat mencerminkan keseimbangan antara biaya produksi dan utilitas konsumen, sehingga menjadi faktor kunci dalam membentuk daya saing usaha kuliner (Ismail & Priyono, 2016). Selain itu, strategi penetapan harga pada beberapa usaha masih menggunakan metode konvensional yang hanya mempertimbangkan harga pokok produksi yang tidak disertai dengan strategi penetapan harga berdasarkan persepsi nilai yang dirasakan konsumen. Meskipun usaha besar seperti Empal Gentong H. Apud telah menerapkan strategi harga menyesuaikan dengan nilai dan citra produk, sebagian besar usaha kecil dan menengah belum memanfaatkan pendekatan penetapan harga dinamis yang selaras dengan teori ekonomi marginal, sehingga kurang adaptif terhadap fluktuasi biaya bahan baku dan perubahan preferensi konsumen (Muhyi, 2024).

Ketiga, konsistensi cita rasa menjadi tantangan tersendiri, terutama bagi pedagang kecil yang bergantung pada bahan lokal dan kemampuan memasak masing-masing. Penelitian menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam usaha kuliner (Fatmawati et al., 2023; Putri et al., 2022a). Kedai besar umumnya mampu menjaga konsistensi rasa melalui penggunaan bahan dan rempah pilihan, namun hal ini belum diterapkan secara merata di semua pelaku usaha. Keempat, regenerasi menjadi masalah besar. Sebagian besar pelaku usaha Empal Gentong berasal dari generasi tua, dan banyak di antara mereka kesulitan mewariskan usaha ini kepada generasi muda yang menganggapnya kurang menjanjikan atau tidak bergengsi (Detik Jabar, 2022).

Keberlanjutan usaha Empal Gentong di Kabupaten Cirebon bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam menjaga keseimbangan antara tiga aspek fundamental: pelestarian identitas budaya, penetapan harga yang kompetitif, dan kualitas cita rasa produk. Ketiga aspek ini saling berkaitan dan membentuk fondasi kuat bagi perkembangan usaha kuliner berbasis kearifan lokal. Hal ini sejalan dengan literatur yang menyoroti adanya ketegangan antara menjaga keaslian dan melakukan modernisasi dalam dunia kuliner tradisional Indonesia (Harsoyo et al., 2024).

Meskipun Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa usaha penyediaan makanan dan minuman mencapai 4,85 juta unit pada tahun 2023, meningkat 21,13 persen dibandingkan tahun 2016 (Badan Pusat Statistik, 2024). Di tingkat lokal, Kabupaten Cirebon tercatat memiliki 31.054 unit UMKM aktif berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (2020) yang sebagian besar bergerak di sektor perdagangan dan kuliner. Sebagian besar masih menghadapi kendala aspek legalitas, hanya terdapat 700 UMKM yang telah memiliki legalitas berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), ini menggambarkan masih lemahnya pemenuhan aspek legalitas di kalangan pelaku usaha (Redaksi Suara Cirebon, 2023). Selain itu pelaku usaha UMKM juga masih menghadapi kendala seperti keterbatasan modal serta manajemen yang kurang profesional. Dalam konteks usaha kuliner

tradisional seperti Empal Gentong, tantangan-tantangan ini menjadi semakin kompleks karena pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk bertahan dalam persaingan pasar, tetapi juga menjaga dan melestarikan warisan budaya yang melekat pada produk mereka.

Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap tiga variabel kunci identitas budaya, harga, dan cita rasa menjadi sangat penting untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap perkembangan usaha Empal Gentong di Kabupaten Cirebon. Identitas budaya mencerminkan keaslian dan nilai warisan yang menjadi pembeda utama produk kuliner tradisional. Harga menentukan daya saing dan aksesibilitas produk di pasar. Sementara itu, cita rasa menjadi faktor penentu kepuasan dan loyalitas konsumen yang secara langsung mempengaruhi keberlangsungan usaha.

Identitas budaya memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan usaha kuliner berbasis kearifan lokal. Hal ini tercermin dalam cara pengolahan makanan, pemilihan bahan, dan filosofi di balik setiap hidangan. Secara empiris, kuliner Indonesia memperkuat identitas nasional melalui penguatan unsur budaya lokal (Chien et al., 2023; Utami, 2018). Dengan demikian, memperkuat identitas budaya dalam pengembangan usaha kuliner dapat meningkatkan nilai produk sekaligus memperluas jangkauan pasar dan daya saing. Oleh karena itu, dalam pengembangan usaha Empal Gentong, memperkuat identitas budaya menjadi sangat penting untuk menjaga keunikan produk sebagai warisan kuliner lokal dan memastikan keberlanjutan jangka panjang di tengah persaingan pasar.

Selain identitas budaya, harga juga berpengaruh terhadap perkembangan usaha kuliner melalui keuntungan yang didapat, selain itu penetapan harga yang kompetitif menjadi hal penting dalam perkembangan usaha kuliner. Dalam konteks ini, harga merupakan nilai uang yang dibayarkan dengan kewajiban harga berdasarkan kualitas produk, biaya produksi tradisional, dan nilai tambah budaya yang ditawarkan oleh usaha kuliner seperti Empal Gentong. Harga positif berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan konsumen yang mendukung perkembangan usaha, karena konsumen cenderung membandingkan harga dengan manfaat yang diperoleh dari autentisitas dan kualitas rasa (Maimunah, 2019). Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang selaras dengan kualitas pelayanan dan cita rasa mampu meningkatkan loyalitas konsumen pada usaha kuliner, sehingga mendukung perkembangan usaha jangka panjang tanpa mengorbankan positioning sebagai produk kuliner lokal. Dengan demikian, dalam pengembangan usaha Empal Gentong, menetapkan harga yang wajar menjadi sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan memastikan profitabilitas tanpa mengurangi nilai budaya yang ditawarkan.

Cita rasa tetap menjadi kunci utama keberhasilan usaha kuliner karena apabila rasa tidak sesuai harapan, maka loyalitas pelanggan sulit tercapai. Penelitian menunjukkan bahwa cita rasa memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam usaha kuliner (Aryatama, 2024). Temuan lain juga menegaskan bahwa cita rasa memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam usaha kuliner bahkan melebihi variabel identitas budaya dan inovasi (Maimunah, 2019b; Putri et al., 2022a). Oleh karena itu, dalam pengembangan usaha Empal Gentong, menjaga dan meningkatkan cita rasa menjadi sangat penting untuk menciptakan pengalaman konsumen yang tak terlupakan dan memastikan loyalitas pelanggan sebagai fondasi pertumbuhan bisnis.

Penelitian terdahulu telah mengeksplorasi berbagai aspek kuliner tradisional Indonesia, seperti (Chien et al., 2023; Utami, 2018) dalam penelitiannya menekankan peran identitas budaya dalam memperkuat kuliner sebagai ekspresi nasional. Sementara itu, Sukanto & Cahya (2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa indikator harga yang mencakup keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas dan fungsi produk, serta daya saing harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli di sentra wisata kuliner. Menurut Maimunah (2019) dalam penelitiannya menyoroti dominasi cita rasa terhadap kepuasan konsumen. Disamping itu Aryatama (2024) dalam penelitiannya menunjukkan bukti empiris bahwa cita rasa

berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM kuliner, bersama dengan variabel pelayanan konsumen dan lokasi yang strategis. Secara keseluruhan, studi-studi ini memberikan dasar kuat untuk memahami variabel individual, namun fokusnya sering kali terpisah dan belum ada model komprehensif yang menggabungkan identitas budaya, harga, dan cita rasa terhadap perkembangan usaha kuliner berbasis kearifan lokal.

Selain itu, penelitian terdahulu masih mengalami keterbatasan karena kurangnya penelitian empiris yang mengkaji pengaruh ketiga faktor dengan mengintegrasikan variabel identitas budaya, harga dan cita rasa secara simultan, terutama dalam konteks usaha kuliner tradisional seperti Empal Gentong di Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya membahas hubungan dua variabel seperti inovasi dan kinerja usaha atau cita rasa dan kepuasan pelanggan tanpa melibatkan peran identitas budaya (Rahmawati et al., 2023).

Keterbaruan dalam penelitian ini adalah pengembangan model empiris integratif yang menganalisis pengaruh simultan identitas budaya, harga, dan cita rasa terhadap pengembangan usaha Empal Gentong, dengan pendekatan kuantitatif berbasis survei pada pelaku UMKM di Kabupaten Cirebon. Beberapa penelitian belum mengintegrasikan keseluruhan ketiga variabel. Kusumawati & Santoso (2022a) telah menggabungkan pengaruh identitas budaya dan cita rasa terhadap perkembangan UMKM kuliner *heritage*. Namun, model penelitian tersebut belum mengintegrasikan variabel harga, yang secara empiris memitigasi faktor sensitivitas daya beli dalam struktur ekonomi pelaku usaha. Sementara itu, Amar & Riofita (2024) dalam penelitiannya hanya menitikberatkan fokus kajiannya pada akuntansi manajemen dan strategi penetapan harga parsial, tanpa mengintegrasikan variabel identitas budaya dengan nilai-nilai kultural (*cultural values*).

Beberapa penelitian terdahulu yang masih memiliki kekosongan mengindikasikan keaslian yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang hanya berfokus pada hubungan dua variabel maupun satu kajian tertentu. Selain itu, fokus geografis pada wilayah Cirebon sebagai daerah dengan

potensi kuliner tinggi namun tantangan regenerasi menawarkan wawasan praktis yang belum dieksplorasi secara mendalam, sehingga hasilnya dapat menjadi acuan untuk strategi pembangunan UMKM yang adaptif terhadap globalisasi dan perubahan preferensi konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan penelitian mengenai **“Pengaruh Identitas Budaya, Harga dan Cita Rasa terhadap Perkembangan Usaha Kuliner Berbasis Kearifan Lokal (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Empal Gentong di Kabupaten Cirebon)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama terkait perkembangan pelaku Usaha Kuliner berbasis kearifan lokal melalui identitas budaya, Harga, serta cita rasa.

1. Identitas budaya pada usaha Empal Gentong saat ini menghadapi ancaman degradasi nilai autentisitas akibat arus modernisasi, akibat pergeseran standarisasi pengolahan tradisional, demi efisiensi produksi dan terdapat kendala pada generasi muda cenderung kurang berminat dalam melestarikan usaha kuliner berbasis kearifan lokal karena dianggap kurang mendapatkan validasi
2. Ketidakmampuan sebagian besar pelaku UMKM Empal Gentong dalam menerapkan strategi penetapan harga yang dinamis dan kompetitif, karena sebagian besar pedagang masih menggunakan metode konvensional dengan berbasis biaya produksi tanpa mempertimbangkan persepsi nilai (*perceived value*) yang dirasakan konsumen terhadap produk yang diterima.
3. Rendahnya konsistensi rasa di tingkat pelaku usaha kecil dan menengah menjadi yang memiliki standarisasi bahan, sehingga kualitas cita rasa seringkali tidak konsisten yang memiliki ketergantungan pada ketersediaan bahan baku lokal.
4. Perkembangan usaha Empal Gentong di Kabupaten Cirebon berdasarkan perspektif makro masih menunjukkan ketimpangan dan keterbatasan pertumbuhan, karena tantangan dalam menyeimbangkan antara pelestarian nilai budaya dengan tuntutan inovasi manajemen yang selaras

dengan pengadopsian bisnis modern menjadi penghambat utama.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah ini bertujuan agar terfokus dan tidak melebar terlalu jauh. Batasan masalah hanya pada pengaruh identitas budaya, harga, dan cita rasa terhadap perkembangan pelaku usaha empal gentong di wilayah Kabupaten Cirebon :

1. Penelitian ini difokuskan pada perkembangan usaha Empal Gentong berdasarkan perspektif konsumen yang beroperasi di wilayah Kabupaten Cirebon.
2. Faktor-faktor lain seperti permodalan, lokasi usaha, dan strategi promosi tidak dibahas secara mendalam karena berada di luar ruang lingkup penelitian ini.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan kalimat singkat yang menunjukkan permasalahan yang dirumuskan sesuai dengan tema yang diangkat. Oleh karena itu adanya rumusan masalah, peneliti berupaya mencari jawaban atas pertanyaan yang serta memiliki suatu kesimpulan atas penelitian ini. Berikut beberapa identifikasi masalah yang dirumuskan penulis :

1. Apakah terdapat pengaruh identitas budaya terhadap perkembangan usaha empal gentong di Kabupaten Cirebon?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap perkembangan usaha empal gentong di Kabupaten Cirebon?
3. Apakah terdapat pengaruh cita rasa produk terhadap perkembangan usaha empal gentong di Kabupaten Cirebon?
4. Apakah terdapat pengaruh identitas budaya, inovasi dan cita rasa produk secara simultan terhadap perkembangan usaha empal gentong di Kabupaten Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kinerja

pedagang dan lokasi usaha terhadap produktivitas pedagang kemudian pengaruhnya terhadap pendapatan pedagang. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh identitas budaya terhadap perkembangan usaha Empal Gentong di Kabupaten Cirebon.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap perkembangan usaha Empal Gentong di Kabupaten Cirebon.
3. Untuk menganalisis pengaruh cita rasa produk terhadap perkembangan usaha Empal Gentong di Kabupaten Cirebon.
4. Untuk menganalisis pengaruh identitas budaya, inovasi, dan cita rasa produk secara simultan terhadap perkembangan usaha Empal Gentong di Kabupaten Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan kontribusi yang diharapkan didapat setelah menyelesaikan penelitian. Manfaat penelitian ini mencakup manfaat teoritis dan manfaat praktis bagi penulis, akademisi, instansi terkait dan masyarakat. Berikut beberapa manfaat yang diharapkan :

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi, manajemen, dan kewirausahaan, yang berkaitan dengan pengaruh identitas budaya, inovasi, dan cita rasa terhadap perkembangan usaha kuliner berbasis kearifan lokal.
- b. Menambah referensi dan wawasan bagi penelitian selanjutnya yang membahas pengembangan usaha kuliner tradisional di Indonesia, khususnya dalam konteks pelestarian budaya lokal.
- c. Menjadi bahan kajian untuk memperkuat pemahaman mengenai hubungan antara nilai budaya dan strategi bisnis dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner tradisional.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku usaha Empal Gentong, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan strategi bisnis yang mampu menjaga keaslian budaya, meningkatkan inovasi, dan mempertahankan kualitas cita rasa.
- b. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini dapat memberikan masukan dalam penyusunan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM kuliner tradisional serta pelestarian warisan budaya daerah.
- c. Bagi masyarakat dan generasi muda, hasil penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menjaga dan mengembangkan kuliner tradisional sebagai bagian dari identitas budaya serta peluang ekonomi yang berkelanjutan.

G. Sistematika Pembahasan

Guna mempermudah kajian dalam skripsi ini, maka dari itu penulis menguraikan struktur pembahasan dalam lima bab yang meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang penjelasan dari latar belakang mengenai perkembangan usaha kuliner berbasis kearifan lokal yang dipengaruhi oleh variable identitas budaya, harga dan cita rasa, rumusan masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, baik secara teoritis maupun secara praktis beserta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang kajian teori Resource-Based View (RBV) yang dijadikan pedoman untuk menganalisis permasalahan, serta tinjauan Pustaka tentang identitas budaya, harga, cita rasa dan perkembangan usaha, literatur review berdasarkan penelitian terdahulu, kerangka konseptual penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan penjelasan melalui jenis penelitian yang

menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian yang menggunakan , sumber data yang digunakan primer dan sekunder, definisi operasional variabel , teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data menggunakan alat bantu statistic SPSS Versi 30.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum mengenai pengaruh identitas budaya, harga, dan cita rasa terhadap perkembangan usaha kuliner berbasis kearifan lokal (studi kasus pelaku usaha empal gentong di Kabupaten Cirebon), objek penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari permasalahan yang telah dibahas, disertai saran untuk pemanfaatan penelitian di masa mendatang serta rekomendasi bagi pihak terkait. Bagian penutup mencakup kesimpulan akhir dari penelitian dan saran yang ditujukan kepada pembaca.