



DOI: <https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i4>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis Keberlanjutan Usaha Street Food Bandung Antara Inovasi, Rasa, Dan Keamanan Pangan

Indri Ferdiani Suarna¹, Lia², Hartsa Salman Taufiqurrohim³

¹Universitas Islam Nusantara, Bandung, Indonesia, indriferdiani1707@gmail.com

²Universitas Islam Nusantara, Bandung, Indonesia, lia1122@gmail.com

³Universitas Islam Nusantara, Bandung, Indonesia, hartsasalman1@gmail.com

Corresponding Author: lia1122@mail.com²

Abstract: This article, titled Sustainability Analysis of Bandung Street Food Businesses: Innovation, Taste, and Food Safety, examines street food vendors in the Cibiru area of Bandung City. The study aims to describe the development of street food businesses, identify the challenges faced by vendors, and analyze strategies to support business sustainability. The research employed observation, interviews, and questionnaires as primary data collection methods, supported by secondary data from relevant literature. The findings indicate that street food businesses in Cibiru possess strong potential through product variety, taste innovation, and good service quality. However, several weaknesses remain, including limited digital marketing practices, dependence on student consumers, and insufficient adaptation to environmental constraints such as weather conditions. The analysis further shows that sustainability can be strengthened through continuous innovation, improved digital promotion, enhanced service quality, and diversification of target markets. In conclusion, street food businesses in Cibiru have significant opportunities to grow sustainably, provided that business owners consistently adapt to market dynamics and implement effective entrepreneurial strategies.

Keyword: Street Food, Development, Innovation, Sustainability

Abstrak Artikel ini berjudul Analisis Keberlanjutan Usaha *Street Food* Bandung antara Inovasi, Rasa, dan Keamanan Pangan dengan objek riset pedagang *street food* di kawasan Cibiru, Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi perkembangan usaha *street food*, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi pelaku usaha, serta menganalisis strategi keberlanjutan yang dapat diterapkan. Penelitian dilakukan menggunakan metode observasi, wawancara, dan kuesioner yang menghasilkan data primer, serta penguatan teori dari data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha *street food* di Cibiru memiliki potensi besar melalui variasi produk, inovasi rasa, dan pelayanan yang baik, namun masih memiliki kelemahan pada aspek pemasaran digital, ketergantungan pada konsumen mahasiswa, serta minimnya adaptasi terhadap kendala lingkungan seperti cuaca. Analisis juga menunjukkan bahwa strategi keberlanjutan dapat dicapai melalui peningkatan inovasi, perluasan pemasaran digital, penguatan layanan, serta diversifikasi target pasar. Kesimpulannya, usaha *street food* di Cibiru memiliki peluang kuat untuk berkembang secara

berkelanjutan apabila pelaku usaha mampu beradaptasi dan meningkatkan strategi kewirausahaan secara konsisten.

Kata Kunci: Street Food, Perkembangan, Inovasi, Keberlanjutan

PENDAHULUAN

Street food atau yang lebih dikenal dengan pedagang kaki lima, banyak ditemukan di pinggir jalan, pasar, maupun tempat umum lainnya yang dapat dikonsumsi langsung oleh pembeli dengan harga terjangkau. Tempat jualan yang dipakai biasanya berupa gerobak, kios portabel, truk makanan, ataupun sepeda motor. Kuliner *street food* pun dapat menjadi daya tarik pada suatu wilayah, terutama di Kota Bandung yang dikenal sebagai salah satu pusat kuliner terbesar di Indonesia. *Street food* telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat Bandung, baik sebagai sumber mata pencaharian bagi pelaku usaha kecil maupun sebagai daya tarik wisata kuliner bagi pendatang dari luar daerah.

Perkembangan usaha *street food* di Bandung menunjukkan tren yang semakin positif dari tahun ke tahun. Berbagai jenis makanan khas seperti seblak, batagor, cilok, cireng, hingga inovasi modern seperti corndog, toast, dan minuman kekinian menjadi bukti bahwa kreativitas wirausaha lokal terus berkembang. Keberadaan media sosial dan platform digital juga membantu pelaku usaha *street food* dalam mempromosikan produknya secara lebih luas, bahkan hingga dikenal di luar kota.

Namun, di balik pesatnya pertumbuhan tersebut, para pelaku usaha *street food* juga menghadapi berbagai tantangan. Di antaranya adalah keterbatasan modal, persaingan yang ketat, keterampilan manajemen yang masih rendah, serta keterbatasan dalam memahami strategi pemasaran modern. Selain itu, beberapa pelaku usaha juga belum menerapkan standar kebersihan dan keamanan pangan secara optimal, yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen.

Melihat kondisi tersebut, kami mencoba untuk meneliti dan memahami bagaimana wirausaha *street food* di Bandung dapat terus berkembang dan beradaptasi dalam menghadapi perubahan zaman. Melalui semangat kewirausahaan, inovasi produk, dan dukungan dari pemerintah maupun masyarakat, usaha *street food* memiliki potensi besar untuk menjadi sektor ekonomi kreatif yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memperkuat citra Bandung sebagai kota kuliner yang kreatif dan inovatif.

Masalah yang akan diangkat dari pembahasan kali ini antara lain:

- a. Bagaimana perkembangan usaha street food di Kecamatan Panyileukan beberapa tahun terakhir?
- b. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha street food dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya?
- c. Bagaimana strategi kewirausahaan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha street food di Kota Bandung?

METODE

Observasi yang kami lakukan berada di daerah Cibiru, lebih tepatnya di dekat kampus UIN Sunan Gunung Djati, lokasinya Jl. AH. Nasution No.105, Cipadung Wetan, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614 pada tanggal Jum'at, 10 Oktober 2025 pukul 13.00 WIB hingga 19.00 WIB.

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu **data primer** dan **data sekunder**. **Data primer** diperoleh melalui wawancara terbuka dengan pedagang dan pengunjung *street food*, observasi langsung di lapangan, serta pengisian kuesioner. Wawancara

dilakukan untuk mengetahui latar belakang pendirian usaha, alasan pedagang bertahan, dan faktor yang menarik pengunjung.

Data primer kemudian dilengkapi dengan **data sekunder** yang diambil dari buku, jurnal, website, dan literatur lain yang relevan. Seluruh data dianalisis menggunakan analisis kualitatif, yaitu membandingkan temuan lapangan dengan teori-teori pendukung.

Metode pengumpulan data meliputi:

1. Observasi, untuk melihat secara langsung proses berwirausaha dan pengelolaan usaha.
2. Catatan lapangan, mengenai asal-usul usaha dan strategi pengelolaan bisnis dalam kondisi tertentu.
3. Dokumentasi, berupa foto kegiatan observasi dan wawancara.

Melalui kombinasi data primer dan sekunder, penelitian menghasilkan analisis yang lebih lengkap dan mendalam mengenai kewirausahaan pedagang street food.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari temuan dan observasi lapangan

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, didapatkan data sebagai berikut:

Aspek	Indikator Observasi	Hasil Pengamatan	Catatan Penelitian
Identitas Usaha	Nama, lokasi, bidang	Street food, Cibiru, Fnb	Usaha street food di Cibiru menunjukkan potensi yang baik dalam hal inovasi produk dan layanan, namun masih perlu pengembangan di aspek pemasaran digital dan strategi adaptasi terhadap kendala lingkungan agar dapat terus berkembang dan bersaing secara berkelanjutan.
Produk/Jasa	Variasi, inovasi	Makanan yang beragam, inovasi secara rasa tampilan	Usaha ini memiliki variasi menu yang cukup beragam dan menarik. Inovasi dilakukan terutama pada rasa dan tampilan makanan, yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Hal ini menunjukkan adanya kreativitas dalam pengembangan produk, sesuai dengan teori kewirausahaan yang menentukan pentingnya diferensiasi produk untuk menghadapi persaingan pasar.
Pemasaran	Media sosial, promosi	Promosi lewat chat ataupun penawaran secaralangsung	Usaha ini belum memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana pemasaran digital. Jika dibandingkan dengan teori digital marketing, strategi yang digunakan masih bersifat tradisional dan berpotensi

			dikembangkan agar jangkauan pasar lebih luas.
Layanan	Keramahan, kecepatan	Penjual yang ramah, cepat dalam penyajian	Kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen, sesuai dengan teori pelayanan dalam kewirausahaan modern.
Inovasi	Digitalisasi, kreativitas	Kreativitas penjual dalam berdagang	Meskipun belum banyak menggunakan teknologi digital inovasi ini termasuk dalam kategori inovasi non-teknologis, yang tetap berperan penting dalam meningkatkan nilai jual dan daya saing.
Sosial & ekonomi	Dampak masyarakat	Sebagai daya tarik dan pusat perbelanjaan <i>street food</i>	Keberadaan street food ini memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar. Usaha tersebut menjadi pusat keramaian dan daya tarik ekonomi lokal, serta berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Hal ini sejalan dengan konsep ekonomi kreatif, di mana kegiatan usaha kecil dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.
Tantangan & Strategi	Hambatan, adaptasi	Cuaca menjadi hambatan	Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi adaptif, misalnya dengan menyediakan tenda tambahan, layanan pesan antar, atau penjualan daring saat kondisi tidak memungkinkan berjualan di tempat.

Usaha *street food* di Cibiru memiliki ragam produk serta potensi inovasi yang baik, namun masih lemah dalam pemasaran digital dan adaptasi terhadap kendala lingkungan. Meskipun memberi dampak positif bagi ekonomi lokal, diperlukan strategi adaptif—seperti penambahan fasilitas dan layanan pesan antar—serta optimasi media sosial untuk memperluas pasar, menjaga loyalitas konsumen, dan memastikan keberlanjutan usaha di tengah persaingan modern.

Analisa SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Faktor-faktor yang dialami oleh para penjual antara lain:

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
-----------	------------	---------------	---------

<ul style="list-style-type: none"> • Harga terjangkau • Mudah diakses • Jajanan beragam 	<ul style="list-style-type: none"> • Dekat dengan polusi • Pembayaran hanya menerima tunai (untuk beberapa pedagang) • Membuat jalanan macet 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran melalui qris (non-tunai) untuk sebagian pedagang • Membuka pesanan online 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuaca sebagai penentu penjualan • Sangat bergantung pada mahasiswa • Patroli dari Satpol PP
--	---	---	---

a) Kekuatan / *Strengths*

Kelebihan pada usaha *street food* ini adalah harga yang terjangkau, dapat mudah diakses, dan memiliki jajanan yang beragam. Hal ini menjadi salah satu alasan usaha *street food* tetap ada.

b) Kelemahan / *Weaknesses*

Terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki pada *street food* di wilayah ini antara lain seperti polusi (karena berada di jalan kawasan umum) dan untuk beberapa pedagang masih hanya menerima pembayaran berupa tunai, hingga memuat jalanan cukup padat.

c) Peluang / *Opportunities*

Para pedagang memiliki peluang untuk mengembangkan usahanya dengan cara : menambah metode pembayaran non-tunai, membuka pesanan online.

d) Ancaman / *Threats*

Karena usaha ini berada di jalanan maka, faktor yang menjadi ancaman bagi usaha *street food* adalah cuaca, penjualan yang bergantung pada mahasiswa, dan patroli dari Satpol PP.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi dan analisis lapangan terhadap para pelaku *street food* di daerah Cibiru yang dapat menjadi ladang penghasil pertumbuhan ekonomi. Secara singkat dapat disimpulkan jika pelaku *street food* dapat direkomendasikan apabila ingin mencari jajanan lokal dengan harga yang terjangkau relatif murah. Makanan kini bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan biologis saja, namun dapat menjadi gaya hidup ataupun tolak ukur sebagaimana daerah tersebut apakah mengikuti trend kebutuhan pasar atau tidak.

Dari sisi kegiatan usaha, beberapa pedagang ada yang menjalankan usaha milik sendiri, kemitraan, ataupun karyawan dari perusahaan. Seperti halnya modal apakah berasal dari internal atau melainkan dari eksternal. Mereka berjualan ada yang sebagai pemasukan utama ada juga yang memegang usaha lain juga.

Permasalahan utama yang dihadapi antara lain keterbatasan modal, alat produksi, serta pencatatan keuangan yang belum maksimal. Apabila ditinjau dari segi pemasukan, mereka sangat mengandalkan sebagian besar usahanya kepada mahasiswa, jika mahasiswa sedang libur maka omzet penjualan pun turun cukup besar.

Secara keseluruhan, usaha *street food* di daerah Cibiru dapat menjadi potensial untuk dikembangkan dari para pedagangnya, produknya, hingga pelayanannya. Namun usaha menjadi sedikit sulit apabila pasar utama (mahasiswa) libur.

Saran

Agar usaha para pelaku usaha *street food* dapat terus berkembang dan bersaing di pasar kuliner, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan, antara lain:

1. Mengoptimalkan Peluang Tingginya Permintaan dari Mahasiswa

Karena mahasiswa menjadi pasar pertama, pedagang dapat memanfaatkan peluang ini dengan menyediakan menu yang sesuai selera anak muda, harga terjangkau, porsi cukup besar, dan pelayanan cepat. Selain itu, membuat paket hemat atau promo khusus mahasiswa dapat meningkatkan loyalitas dan daya tarik pembeli.

2. Mengembangkan variasi menu sesuai dengan tren kuliner

Peluang gaya hidup masyarakat yang semakin menjadikan makanan sebagai tren dapat dimanfaatkan dengan menghadirkan dengan menghadirkan inovasi menu seperti topping unik, rasa kekinian, atau kemasan estetik yang menarik perhatian generasi muda.

3. Memperluas pasar melalui media sosial dan platform online

Peluang digitalisasi dapat dimanfaatkan dengan membuat akun bisnis, mempromosikan makanan melalui foto dan video, serta bekerja sama dengan platform delivery online. Hal ini dapat meningkatkan jangkauan pembeli di luar mahasiswa dan menarik konsumen dari daerah sekitar.

REFERENSI

- Bhakti Unggul Teknovasi. (2024). Pengertian inovasi menurut ahli: Tujuan dan cara memulainya.
- FounderPlus. (2025). Inovasi ala Steve Jobs: 3 prinsip penting dalam produk Apple.
- LSP Digital Marketing. (2025). Pengertian pemasaran menurut para ahli.
- LSPR Institute of Communication & Business. (2023). Konsep kewirausahaan: Membangun bisnis yang berkelanjutan. Randi, H, N., Kevin A, F., Reva, B., Dewi, R, G., Lengkong Street Food Sebagai Wadah Ekonomi Kreatif Di Kota Bandung, Das Sollen: Jurnal Kajian Kontemporer Hukum dan Masyarakat (2023) 1:1, 1-25.
- Ria, A., Mohammad, B, A., Activation Of Creative Sub-Economic Sector In Bandung City, Jurnal AdBispreneur Vol. 2, No. 3, Desember 2017 Hal. 201-209
- Saldi, Y., Latusi, A., Charisma C, A., Analisis Aktivitas Peran Ruang Street Culinary Di Kawasan Cikapundung, JAMBURA Journal of Architecture, Vol.VI, No.2, 2024