

FAKTOR PENGARUH PERMINTAAN EKONOMI KREATIF (USAHA KULINER) PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MATARAM

Baiq Harly Widayanti¹, Rasyid Ridha, Parhuniarti

¹*Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Muhammadiyah Mataram, Mataram*
Email korespondensi : baiqharlywidayanti@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi covid-19 berdampak pada berbagai sektor dan salah satunya berdampak pada sektor ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan salah satu jenis kegiatan ekonomi yang mampu mendukung daya saing daerah karena kegiatan di dalamnya tidak membutuhkan modal yang besar. Jenis ekonomi kreatif yang berkembang di Kota Mataram sebagai pusat ibukota Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah kuliner, fashion dan kriya. Meskipun usaha kuliner ini terdampak namun jenis usaha ini adalah usaha yang mampu bertahan pada masa pandemi serta merupakan jenis usaha yang paling dominan mengajukan ijin usaha di Kota Mataram. Sehingga dari kondisi tersebut tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk kuliner pada masa pandemi di Kota Mataram. Metode penelitian deskriptif dengan menjelaskan data tabel dan gambar hasil analisis yang diperoleh dari survey sekunder maupun hasil kuisioner yang disebar ke responden. Hasil dari penelitian ini bahwa kontribusi ekonomi kreatif terhadap pada masa pandemi mengalami penurunan dimana penyerapan jumlah tenaga kerja berkurang mencapai -5,36% dan nilai produksi berkurang mencapai -70,62%. Faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap produk kuliner pada masa pandemi adalah jumlah konsumen dan pendapatan konsumen. Faktor yang cukup mempengaruhi permintaan produk kuliner pada masa pandemi adalah harga barang itu sendiri dan harga barang lain, sedangkan faktor cita rasa kurang mempengaruhi permintaan produk kuliner pada masa pandemi di Kota Mataram.

Kata kunci: covid, ekonomi kreatif, kuliner, pandemi

PENDAHULUAN.

Pembangunan ekonomi pada suatu daerah bertujuan untuk meningkatkan serta pemeratakan pendapatan masyarakat. Pembangunan ekonomi kerakyatan yang mampu menyerap banyak tenaga kerja sehingga dapat mendukung peningkatan kemampuan sumber daya manusia dan teknologi akan mampu meningkatkan daya saing daerah Mulyanto dalam (Sukanto, 2009). Salah satu jenis ekonomi kerakyatan yang dapat mendukung daya saing daerah adalah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif berkembang hampir di seluruh wilayah Indonesia karena kegiatan yang dilakukan didalamnya banyak yang tidak membutuhkan modal yang besar, sehingga banyak masyarakat yang mampu untuk melakukannya.

Kota Mataram sebagai pusat ibukota Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki potensi yang cukup besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Hal ini didukung oleh berbagai potensi alam dan potensi SDM yang dimiliki oleh Kota Mataram. Jenis ekonomi kreatif di Indonesia berdasarkan Rencana Induk Ekonomi Kreatif meliputi (KemenhumkamRI, 2018): aplikasi dan *game developer*, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio. Ekonomi kreatif di Kota Mataram yang berkembang berupa kuliner, fashion dan kriya, hal ini didukung oleh potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kota Mataram. Usaha ekonomi kreatif di Kota Mataram didominasi oleh sektor kuliner sebanyak 51% dan diurutkan berikutnya berupa fashion sebanyak 13%, sektor kriya sebesar 12% dan sisanya adalah jenis ekonomi kreatif lainnya (DKIS, 2019). Jumlah

ekonomi kreatif di bidang kuliner saat ini berdasarkan data dari Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM Kota Mataram sebanyak 18.682 unit usaha.

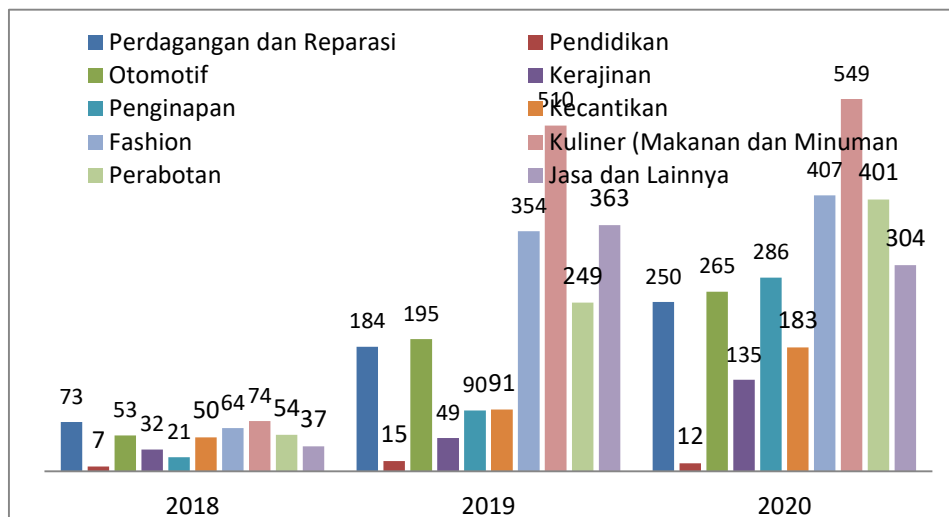
Tabel 1 Jumlah Ekonomi Kreatif Bidang Usaha Kuliner

No	Sektor Kuliner	Jumlah
1.	Makanan	16.600
2.	Minuman	2.082
	Jumlah	18.682

Sumber : Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM Kota Mataram, 2020

Pada masa pandemi covid saat ini secara umum berpengaruh terhadap berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi kreatif khususnya usaha kuliner. Jumlah permintaan produk dari sektor kuliner ini juga mengalami penurunan. Banyak pengusaha yang merasakan terjadinya penurunan omset bahkan penutupan usaha akibat dari pandemi covid-19 ini (Ezizwita & Sukma, 2021). Sektor kuliner mengalami penurunan pendapatan harian mencapai 37% (Burhan & Ahmad, 2020). Kondisi di atas menjadi perhatian semua pihak terutama pemerintah karena usaha ekonomi kreatif menjadi penyangga perekonomian Indonesia (Bismala dan Handayani, 2014). Berbagai jenis bantuan pada masa pandemi diberikan pemerintah Kota Mataram kepada para pelaku usaha UMKM agar mereka dapat mempertahankan usaha mereka di masa pandemi (Nirkomala, 2020).

Usaha kuliner yang terdampak akibat pandemi covid tidak mematahkan semangat para pelaku usaha untuk mencoba usahanya. Pada masa pandemi pengajuan ijin usaha kuliner mendominasi di Kota Mataram. Pada tahun 2020 pengajuan ijin usaha kuliner di Kota Mataram mencapai 549 ijin usaha.



Gambar 1 Pengajuan Ijin Usaha di Kota Mataram (2018-2020)

Sehingga dengan melihat kondisi dan perkembangan usaha kuliner di Kota Mataram yang merupakan salah satu jenis ekonomi kreatif yang masih mampu bertahan dalam kondisi

pandemi, maka perlu dilakukan kajian terkait dengan faktor yang mempengaruhi permintaan produk usaha kuliner pada masa pandemi di Kota Mataram.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data sekunder yang dibutuhkan berupa data perkembangan usaha kuliner di Kota Mataram dan data mengenai gambaran kontribusi sektor ekonomi kreatif di Kota Mataram dengan menggunakan variabel tenaga kerja dan nilai produksi. Pengumpulan data primer menggunakan teknik penyebaran questioner kepada para pelaku usaha kuliner dengan variabel permintaan: harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan pembeli, cita rasa dan jumlah konsumen.

Untuk penyebaran questioner diberikan kepada para pelaku usaha kuliner dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel untuk questioner sebanyak 392 responden. Teknik analisis ini menggunakan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi kontribusi ekonomi kreatif pada masa pandemi serta menggambarkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan produk pada masa pandemi untuk usaha kuliner di Kota Mataram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

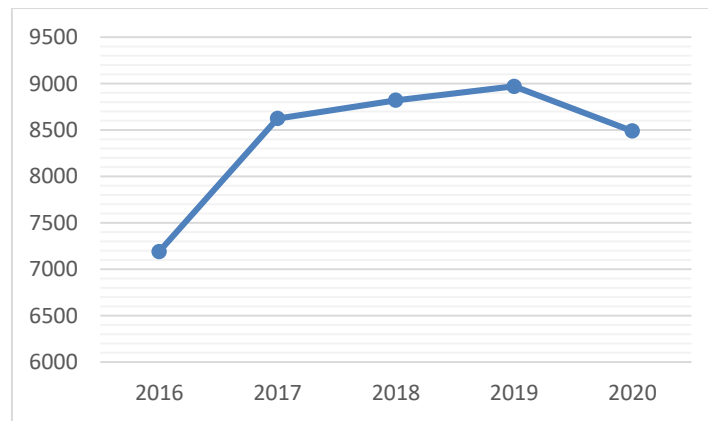
Gambaran Kontribusi Ekonomi Kreatif di Kota Mataram

Perkembangan ekonomi kreatif di Kota Mataram cukup tinggi, hal ini dapat dilihat dari kontribusi ekonom kreatif dalam penyerapan tenaga kerja serta nilai produksi yang dihasilkan setiap tahun. Jumlah tenaga kerja yang terserap di dalam usaha ekonomi kreatif setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun pada masa pandemi tenaga kerja yang terserap mengalami sedikit penurunan. Berikut merupakan gambaran penyerapan tenaga kerja setiap tahunnya pada usaha ekonomi kreatif di Kota Mataram.

Tabel 2 Kontribusi Penyerapan Tenaga Kerja Terhadap Daya Saing Daerah 2020

Tahun	Tenaga Kerja	Laju Peningkatan Tenaga Kerja (%)
2016	7.192	-
2017	8.625	19,92
2018	8.821	2,27
2019	8.972	1,71
2020	8.491	-5,36

Sumber : BPS, 2021 dan Rekapitulasi IKM Kabupaten / Kota



Gambar 2. Perkembangan Penyerapan Tenaga Kerja Pada Ekonomi Kreatif

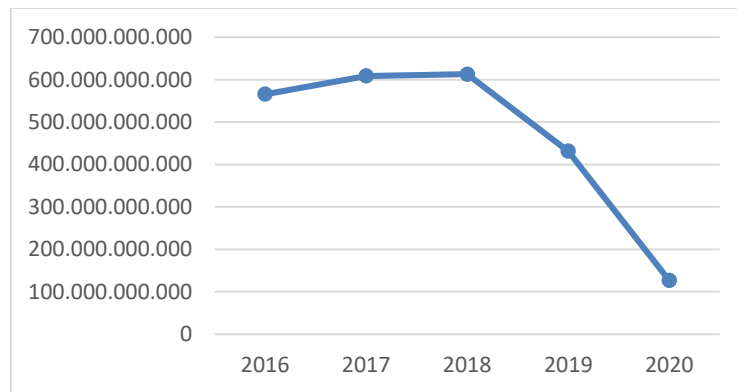
Berdasarkan tabel di atas penyerapan tenaga kerja pada ekonomi kreatif mengalami peningkatan setiap tahunnya dimana penyerapan tenaga kerja pada tahun 2016 sebanyak 7.192 orang dan bertambah pada tahun 2019 mencapai 8.972 orang. Jumlah tenaga kerja yang terserap pada sektor ekonomi kreatif pada masa pandemi mengalami penurunan menjadi 8.491 orang di tahun 2020. Berkurangnya jumlah tenaga kerja yang berada di sektor ekonomi kreatif ini disebabkan karena kondisi pandemi yang mengharuskan beberapa usaha tidak mampu lagi untuk bertahan beroperasi sehingga banyak yang dirumahkan dan di PHK (Prihadi, 2021). Penurunan jumlah tenaga kerja yang terserap pada masa pandemi sebesar -5,36% dari tahun sebelumnya.

Penyerapan tenaga kerja serta banyaknya produksi yang dilakukan oleh para pelaku usaha mempengaruhi jumlah atau nilai produksi yang dihasilkan. Nilai produksi ekonomi kreatif sejak tahun 2016 sampai pada tahun 2018 mengalami peningkatan namun pada tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan. Hasil identifikasi penurunan nilai produksi ini disebabkan karena kejadian bencana pada tahun 2018 yang berdampak pada penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Mataram. Kejadian pandemi pada tahun 2020 yang juga berdampak pada pengurangan jumlah kunjungan wisatawan. Penurunan jumlah wisatawan ini berdampak pada penurunan permintaan pada berbagai sektor usaha di Kota Mataram mulai dari penurunan permintaan transportasi, akomodasi dan penginapan, permintaan terhadap sektor kuliner serta kriya yang biasanya dijadikan oleh-oleh bagi wisatawan.

Tabel 3 Kontribusi Nilai Produksi Industri Kreatif Terhadap Daya Saing Daerah 2020

Tahun	Nilai Produksi (Rp)	Laju Peningkatan Nilai Produksi (%)
2016	565.706.493.143	-
2017	608.918.993.143	7,64
2018	612.842.273.143	0,64
2019	431.611.823.143	-29,57
2020	126.785.493.000	-70,62

Sumber : BPS, 2021 dan Rekapitulasi IKM Kabupaten / Kota di NTB



Gambar 3. Perkembangan Nilai Produksi Ekonomi Kreatif

Berdasarkan data di atas nilai produksi ekonomi kreatif pada tahun 2019 mengalami laju penurunan mencapai -29,57% dan menurun kembali pada tahun 2020 dengan laju penurunan sebesar -70,62%. Nilai produksi usaha ekonomi kreatif pada tahun 2016 mencapai Rp. 565.706.493.143,- dan meningkat hingga tahun 2018 mencapai Rp. 612.842.273.143,-. Namun kondisi nilai produksi ini mengalami penurunan diakibatkan oleh bencana alam dan pandemi sehingga pada tahun 2020 nilai produksi ekonomi kreatif di Kota Mataram hanya mencapai Rp. 126.785.493.000,-

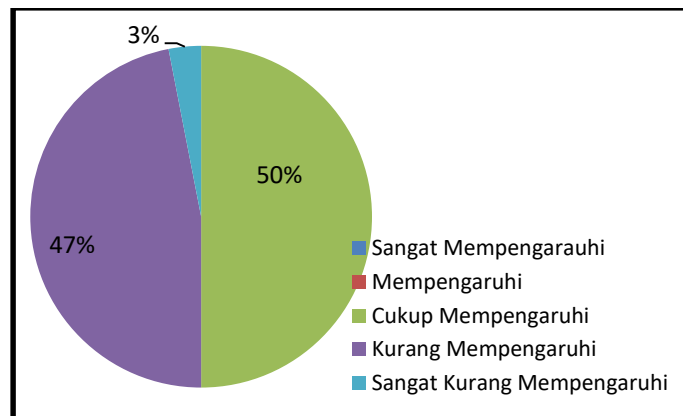
Faktor Permintaan Terhadap Ekonomi Kreatif (Usaha Kuliner) di Kota Mataram

Usaha kuliner pada saat masa pandemi merupakan salah satu usaha yang terdampak, namun di satu sisi juga merupakan usaha yang mampu bertahan. Bertahannya usaha kuliner pada masa pandemi di Kota Mataram tidak terlepas dari bantuan pemerintah daerah dengan memberikan dana bantuan antara lain : BPUM, JPS Gemilang dan berbagai jenis bantuan lainnya.

Variabel yang digunakan dalam mengkaji permintaan terhadap usaha kuliner ini antara lain: harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan pembeli, cita rasa, dan jumlah konsumen.

a. Harga barang itu sendiri

Harga barang pada saat pandemi untuk produk kuliner hampir sama dengan pada saat sebelum pandemi meskipun pada beberapa bahan dasar pokok yang mengalami kenaikan ataupun penurunan harga. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan questioner yang disebarakan sebanyak 95% responden merasa bahwa harga produk kuliner yang ditawarkan terjangkau dan 5% merasa bahwa harga produk yang ditawarkan cukup terjangkau. Dengan kondisi tersebut reponden berpendapat bahwa harga barang cukup mempengaruhi permintaan pada masa pandemi.

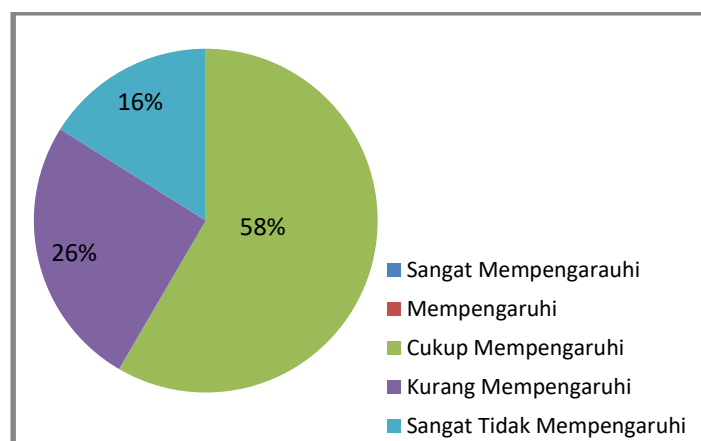


Gambar 4 Pendapat Responden Terhadap Faktor Harga Barang Mempengaruhi Permintaan

Berdasarkan gambar diatas sebanyak 50 % responden berpendapat bahwa harga barang cukup mempengaruhi permintaan, 47% responden berpendapat harga barang kurang mempengaruhi permintaan dan 3% responden berpendapat harga barang sangat kurang mempengaruhi permintaan.

b. Harga barang lain

Harga barang lain merupakan harga barang yang dapat dijadikan sebagai pengganti dari produk pokok yang dijadikan sebagai kebutuhan konsumen ataupun harga produk lain yang bukan sebagai barang pengganti dari produk pokok. Kondisi harga barang pengganti relatif stabil. Harga barang pengganti menurut 86% responden berpendapat dalam kondisi baik yang artinya bahwa harga pengganti relatif aman untuk dijangkau oleh konsumen. Sehingga dari kondisi tersebut responden berpendapat bahwa harga barang lain cukup mempengaruhi permintaan.

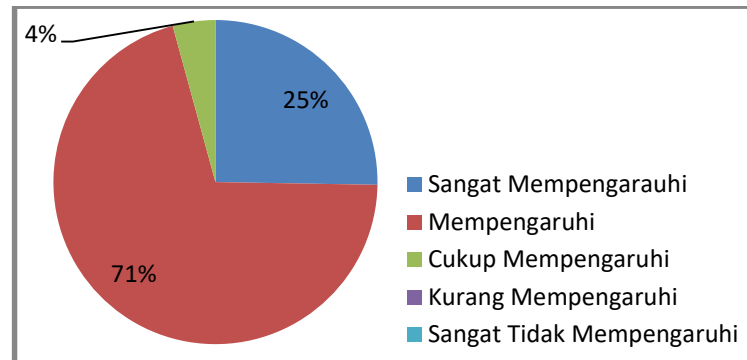


Gambar 5 Pendapat Responden Terhadap Faktor Harga Barang Lain Mempengaruhi Permintaan

Berdasarkan gambar diatas sebanyak 58 % responden berpendapat bahwa harga barang lain cukup mempengaruhi permintaan, 26% responden berpendapat harga barang lain kurang mempengaruhi permintaan dan 16% responden berpendapat harga barang lain sangat kurang mempengaruhi permintaan.

c. Pendapatan pembeli

Pendapatan konsumen erat kaitannya dengan permintaan terhadap barang. Pada masa pandemi pendapatan sebanyak 74% responden mengalami penurunan, 21% tetap dan sebanyak 5% sangat menurun. Pendapatan pelaku usaha yang juga mengalami penurunan ini mengakibatkan pendapat responden bahwa pendapatan pembeli mempengaruhi permintaan produk kuliner pada masa pandemi.

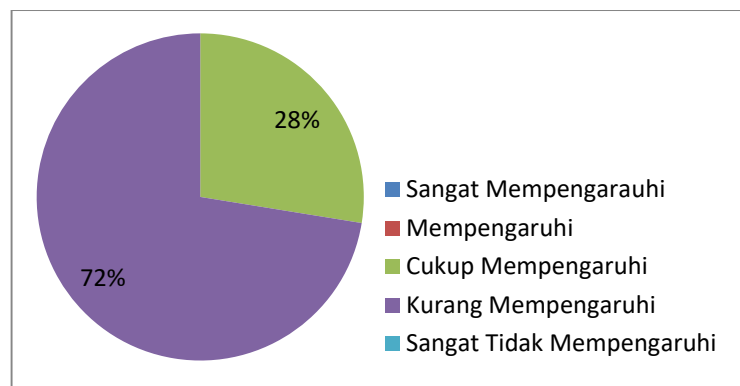


Gambar 6 Pendapat Responden Terhadap Faktor Pendapatan Pembeli Mempengaruhi Permintaan

Berdasarkan gambar di atas 71% responden berpendapat bahwa pendapatan pembeli mempengaruhi permintaan, 25% responden berpendapat pendapatan pembeli sangat mempengaruhi permintaan dan 4% berpendapat pendapatan pembeli cukup mempengaruhi permintaan.

d. Cita rasa

Cita rasa produk kuliner memiliki keunikan tersendiri sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen. Pada masa pandemi menurut pendapat responden cita rasa yang ditawarkan pada produk kuliner 85% dalam kondisi baik yang artinya bahwa cita rasa produk yang ditawarkan pada masa pandemi dan sebelum pandemi sama. Menurut hasil wawancara tidak ada penurunan kualitas produk yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen. Sehingga dari kondisi tersebut cita rasa produk menurut responden kurang mempengaruhi permintaan.

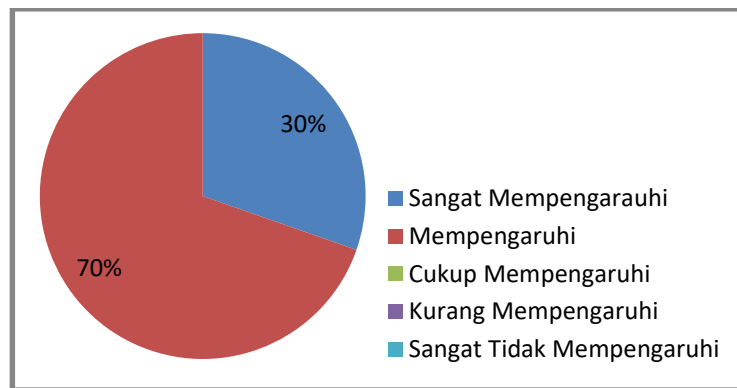


Gambar 7 Pendapat Responden Terhadap Faktor Cita Rasa Mempengaruhi Permintaan

Berdasarkan gambar di atas sebanyak 72% responden berpendapat bahwa cita rasa kurang mempengaruhi permintaan produk kuliner dan 28% responden berpendapat bahwa cita rasa cukup mempengaruhi permintaan produk kuliner pada masa pandemi.

e. Jumlah konsumen

Pada masa pandemi secara umum pelaku usaha kuliner merasakan adanya penurunan jumlah konsumen yang menikmati produk kuliner yang ditawarkan. Sebanyak 81 responden berpendapat terjadi penurunan jumlah konsumen mencapai 51-75% pada masa pandemi. Sehingga jumlah konsumen ini menurut responden mempengaruhi permintaan produk kuliner.



Gambar 8 Pendapat Responden Terhadap Faktor Jumlah Konsumen Mempengaruhi Permintaan

Gambar di atas dapat menjelaskan bahwa menurut 70% responden berpendapat bahwa jumlah konsumen mempengaruhi permintaan, dan 30% responden berpendapat bahwa jumlah konsumen sangat mempengaruhi permintaan produk kuliner pada masa pandemi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kajian di atas maka simpulan dari penelitian bahwa pandemi covid 19 mempengaruhi kontribusi ekonomi kreatif terhadap penyerapan jumlah tenaga kerja serta nilai produksi dimana kedua faktor daya saing ini mengalami penurunan masing-masing mencapai -5,36% dan -70,62%. Faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap produk kuliner pada masa pandemi adalah jumlah konsumen dan pendapatan konsumen. Faktor yang cukup mempengaruhi permintaan produk kuliner pada masa pandemi adalah harga barang itu sendiri dan harga barang lain, sedangkan faktor cita rasa kurang mempengaruhi permintaan produk kuliner pada masa pandemi di Kota Mataram.

DAFTAR PUSTAKA

- Bismala, Lila dan Handayani, Susi. (2014). *Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT*. Prosiding Seminar Nasional PB3I ITM 2014
- Burhan, Fahmi Ahmad. (2020). *Bisnis Anjlok akibat Pandemi Corona, UMKM Bisa Ubah Strategi Usaha*. <https://katadata.co.id/berita/2020/04/15/bisnis-anjlok-akibat-pandemi-corona-umkm-bisa-ubah-strategi-usaha>. (Diakses tanggal 11 Juli 2020)
- DKIS. (2019). *Data Ekonomi Kreatif Provisi Nusa Tenggara Barat*. Mataram: Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik.

- Ezizwita, & Sukma, T. (2021, Januari). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51-63. doi:<https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.169>
- KemhumkamRI. (2018). Peraturan Presiden RI No 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018 - 2025. Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.
- Nirkomala. (2020, Agustus 3). <https://mataram.antaraneews.com>. Retrieved from antaraneews.com: <https://mataram.antaraneews.com/berita/129458/umkm-mataram-terdampak-covid-19-akan-dapatkan-modal-bantuan>
- Prihadi, W. (2021, Juni 6). <https://lombokpost.jawapos.com/>. Retrieved from Lombok Post Online: <https://www.msn.com/id-id/berita/other/dampak-korona-phk-untuk-598-pekerja-3114-dirumahkan/ar-AAKM7xi>
- Sukanto. (2009). Analisis Daya Saing Ekonomi Antar Daerah di Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, VII(2), 86-102.