

PERAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DALAM PEMBERDAYAAN UMKM KULINER KHAS BANDUNG DI KAWASAN WISATA BRAGA

Indri Ferdiani Suarna¹, Muhammad Rizki², Ilham Surya Pratama³

indriferdiani707@gmail.com¹, mhmadrzki@icloud.com², ilhamsuryaprtama@gmail.com³

Universitas Islam Nusantara

ABSTRAK

Kawasan wisata Braga merupakan salah satu pusat aktivitas UMKM kuliner khas Bandung yang memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian lokal dan pariwisata. Di tengah persaingan usaha dan dinamika kawasan wisata, kewirausahaan sosial menjadi pendekatan penting bagi UMKM untuk menjaga keberlanjutan usaha sekaligus memberikan nilai sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kewirausahaan sosial dalam pemberdayaan UMKM kuliner khas Bandung di kawasan wisata Braga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap dua pelaku UMKM kuliner sebagai unit kajian penelitian. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha dan dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan praktik usaha yang dijalankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial tercermin dalam upaya pelaku UMKM menjaga keaslian kuliner tradisional, mempertahankan kualitas produk, melibatkan tenaga kerja, serta membangun hubungan sosial dengan konsumen dan mitra usaha. Pelaku UMKM tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan usaha, pelestarian nilai budaya, dan tanggung jawab sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial berperan penting dalam memperkuat eksistensi dan pemberdayaan UMKM kuliner di kawasan wisata Braga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai praktik kewirausahaan sosial sebagai dasar pengembangan UMKM kuliner di kawasan wisata perkotaan.

Kata Kunci: Kewirausahaan Sosial, Pemberdayaan UMKM, Kawasan Wisata Braga.

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sebuah aktivitas kompleks dengan berbagai dimensi, mulai dari sosial, budaya, hingga ekonomi. Inti dari kegiatan ini adalah perpindahan orang dari lingkungan tempat tinggal mereka sehari-hari ke lokasi lain untuk sementara waktu (Fuad et al., 2025). Pengembangan wisata kota akan menjadi trend menarik dimasa depan berdasarkan banyak alasan yang rasional, namun demikian potensi yang bagus akan lebih berhasil jika dapat dikembangkan dan dikelola dengan manajemen kota yang terintegrasi dalam konsep totalitas produk wisata yang saling terkait dengan yang lainnya (Bagus Rai Utama, 2018).

Kawasan wisata Braga di Kota Bandung merupakan salah satu destinasi ikonik yang memiliki nilai historis, budaya, dan ekonomi. Keberadaan kawasan ini mendorong berkembangnya UMKM kuliner khas Bandung yang tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga sebagai media pelestarian identitas budaya daerah. UMKM kuliner di kawasan wisata memiliki posisi strategis karena menjadi bagian dari pengalaman wisata sekaligus sumber penghidupan bagi masyarakat lokal.

Namun, dinamika pariwisata perkotaan menghadirkan tantangan yang semakin kompleks bagi UMKM kuliner. Persaingan usaha yang ketat, perubahan preferensi konsumen, serta tekanan modernisasi menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi tanpa menghilangkan karakter dan nilai lokal yang menjadi ciri khas produknya. Orientasi usaha yang hanya berfokus pada keuntungan ekonomi berpotensi mengabaikan dimensi sosial dan budaya, sehingga dapat mengancam keberlanjutan UMKM kuliner khas daerah.

Dalam konteks tersebut, kewirausahaan sosial menjadi pendekatan yang relevan. Kewirausahaan sosial menekankan integrasi antara tujuan ekonomi dan nilai sosial, seperti

pemberdayaan tenaga kerja lokal, pelestarian kuliner tradisional, serta pembangunan hubungan sosial yang berkelanjutan. Pada UMKM kuliner khas Bandung di kawasan Braga, kewirausahaan sosial tercermin dari praktik menjaga keaslian produk, komitmen terhadap kualitas, serta upaya mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah perubahan lingkungan pariwisata.

Meskipun demikian, penerapan kewirausahaan sosial pada UMKM kuliner di kawasan wisata masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari sisi internal usaha maupun faktor eksternal. Di sisi lain, kajian yang membahas secara mendalam peran kewirausahaan sosial dalam pemberdayaan UMKM kuliner khas daerah di kawasan wisata perkotaan masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu mengkaji praktik dan peran kewirausahaan sosial secara lebih komprehensif.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada pendahuluan, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji peran kewirausahaan sosial dalam pemberdayaan UMKM kuliner khas Bandung di kawasan wisata Braga. Maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana peran kewirausahaan sosial dalam pemberdayaan UMKM kuliner khas Bandung di kawasan wisata Braga?
2. Bagaimana praktik kewirausahaan sosial yang diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner dalam menjaga keberlanjutan usaha di kawasan wisata Braga?

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya.

Menurut Ahmad Sanusi dalam (Rusdiana, 2018), Kewirausahaan adalah nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil.

Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan sosial memadukan aspek bisnis dan sosial dalam adatu model bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan dan manfaat sosial secara seimbang (Hartutiningsih et al., 2024). Kewirausahaan sosial memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah sosial yang ada di masyarakat terutama kemiskinan. Kewirausahaan sosial merupakan salah satu solusi yang bisa diterapkan untuk menyalurkan bantuan secara terus menerus bahkan bisa memperdayakan masyarakat miskin, sehingga bisa terbebas dari kemiskinan tanpa mengandalkan bantuan (Tenrinippi, 2019).

Menurut Schwab dalam (Tenrinippi, 2019), bahwa wirausahawan sosial memiliki peranan penting untuk berbagi dalam krisis ekonomi saat ini. Melalui kewirausahaan sosial, masalah krisis keuangan dapat dipecahkan bahkan dapat memajukan pembangunan perekonomian khususnya di Asia dengan cara memaksimalkan peran masyarakat dan lingkungan melalui model bisnis yang inovatif dan efektif.

Pemberdayaan UMKM

Pemberdayaan adalah upaya atau proses menyadarkan tentang suatu kelemahan atau potensi yang dimiliki yang berdampak pada timbulnyadan meningkatnyarasa percaya diri untuk keluar dari berbagai problem dan untuk memecahkan suatu permasalahan serta melakukan pengembangan diri, secara singkat dijelaskankeluar dari kondisyangtidak berdaya menjadi kondisi yang berdaya menurut Zubaedi dalam (Rosidi et al., 2021).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami peran kewirausahaan sosial serta praktik pemberdayaan UMKM kuliner khas Bandung di kawasan wisata Braga secara mendalam dan kontekstual, berdasarkan perspektif pelaku usaha.

Subjek penelitian adalah pelaku UMKM kuliner khas Bandung yang beroperasi di kawasan wisata Braga. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria pelaku usaha yang memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha kuliner, terlibat langsung dalam proses produksi dan pengelolaan usaha, serta beroperasi di lingkungan kawasan wisata. Objek penelitian difokuskan pada praktik kewirausahaan sosial dan perannya dalam pemberdayaan UMKM kuliner.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali informasi mengenai latar belakang usaha, proses produksi, strategi pemasaran, keterlibatan tenaga kerja, serta upaya pelaku UMKM dalam menjaga keberlanjutan usaha di kawasan wisata. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai aktivitas usaha dan interaksi sosial di lingkungan UMKM kuliner.

Analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dianalisis dengan cara mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan peran kewirausahaan sosial, praktik pemberdayaan, dan keberlanjutan UMKM. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan dua pelaku UMKM kuliner yang beroperasi di kawasan wisata Braga, yaitu Mie Kocok Mang Dadeng dan Warung Makan C'Mar. Wawancara dilakukan untuk menggali pengalaman pemilik usaha dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-hari serta memahami praktik-praktik yang berkaitan dengan kewirausahaan sosial dalam konteks UMKM kuliner.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Mie Kocok Mang Dadeng, diketahui bahwa usaha ini merupakan usaha keluarga yang telah berjalan sejak tahun 1953 dan dilanjutkan secara turun-temurun. Pemilik menyampaikan bahwa inspirasi menjalankan usaha berasal dari orang tua yang sebelumnya juga berjualan mie kocok. Keputusan untuk melanjutkan usaha keluarga ini menunjukkan adanya orientasi keberlanjutan usaha yang tidak hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada pelestarian nilai dan identitas kuliner tradisional. Dalam perspektif kewirausahaan sosial, pewarisan usaha lintas generasi dapat dipahami sebagai upaya menjaga nilai sosial dan budaya yang melekat pada usaha tersebut.

Pemilik Mie Kocok Mang Dadeng juga menjelaskan bahwa menu utama yang dipertahankan adalah mie kocok dengan kikil dan sumsum karena bagian tersebut paling banyak dicari oleh pelanggan. Fokus pada satu menu utama menunjukkan strategi usaha yang mengandalkan kekhasan produk. Selain itu, sebagian besar bahan diolah sendiri, terutama bumbu kuah yang menjadi ciri khas usaha, sementara bahan seperti mie dan tauge diperoleh dari pemasok langganan. Proses memasak dilakukan setiap hari, dengan perebusan kaki sapi dimulai sejak dini hari agar menghasilkan tekstur yang empuk dan kuah yang segar. Praktik ini mencerminkan komitmen pelaku usaha terhadap kualitas produk, yang dalam kewirausahaan sosial dipandang sebagai bentuk tanggung jawab kepada konsumen.



Gambar 1.1 Dokumentasi Tempat Mie Kocok Mang Dadeng

Dalam menjalankan operasional usaha, pemilik Mie Kocok Mang Dadeng menyampaikan bahwa usaha ini melibatkan sekitar lima hingga delapan karyawan, tergantung pada besarnya cabang. Keterlibatan tenaga kerja tersebut menunjukkan peran UMKM dalam menciptakan lapangan kerja. Dari sisi pemasaran, pemilik menyatakan bahwa pada awalnya promosi dilakukan melalui mulut ke mulut, kemudian berkembang dengan memanfaatkan media sosial. Cara ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan menjadi modal utama dalam mempertahankan usaha. Pemilik juga menegaskan bahwa usaha lain di sekitar Braga tidak dianggap sebagai pesaing, melainkan sebagai rekan, dengan strategi utama mempertahankan keaslian rasa yang tidak berubah sejak awal berdiri. Tantangan yang dihadapi meliputi fluktuasi harga bahan baku kaki sapi serta menjaga konsistensi rasa di setiap cabang. Pada masa pandemi Covid-19, usaha ini beradaptasi dengan mengoptimalkan layanan takeaway dan delivery karena kondisi kawasan wisata yang sempat sepi.

Sementara itu, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Warung Makan C'Mar, diketahui bahwa usaha ini berdiri sejak tahun 2013. Pemilik menyampaikan bahwa sebelum menekuni usaha kuliner, dirinya telah mencoba berbagai jenis usaha jual beli barang, namun kemudian beralih ke kuliner karena dinilai lebih stabil dan memiliki permintaan setiap hari. Warung Makan C'Mar merupakan cabang dari rumah makan Sunda yang berpusat di Naripan, dengan alasan menghadirkan kuliner khas Sunda di kawasan Braga yang sebelumnya belum banyak menawarkan menu tersebut.

Pemilik Warung Makan C'Mar menjelaskan bahwa proses pengolahan makanan dilakukan hampir setiap hari untuk menjaga kesegaran dan kualitas masakan. Menjaga kualitas dilakukan dengan memasak secara rutin dan menyesuaikan jumlah produksi dengan tingkat penjualan harian agar makanan tetap layak disajikan. Dalam operasional usaha, warung ini melibatkan enam orang karyawan, dengan pembagian tugas antara bagian produksi dan persiapan. Praktik ini menunjukkan peran UMKM dalam menyerap tenaga kerja serta pentingnya pengelolaan sumber daya manusia dalam usaha kuliner.



Gambar 2 Dokumentasi Tempat Warung Makan C'Mar

Terkait strategi pemasaran, pemilik Warung Makan C'Mar menyampaikan bahwa usaha ini tidak memanfaatkan media digital dan masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, pemilik menjalin hubungan dengan agen perjalanan dan hotel sebagai upaya menarik pelanggan wisatawan. Pendekatan ini menunjukkan pemanfaatan relasi sosial sebagai strategi usaha. Dalam menghadapi persaingan, pemilik menekankan pentingnya pelayanan, kebersihan, dan sikap karyawan sebagai faktor utama untuk mempertahankan pelanggan. Pada masa pandemi Covid-19, usaha tetap dijalankan dengan mengikuti pembatasan yang berlaku, sebagai bentuk adaptasi terhadap kondisi lingkungan usaha.

Secara keseluruhan, hasil wawancara dengan kedua pelaku UMKM menunjukkan bahwa praktik kewirausahaan sosial tercermin dalam upaya menjaga keberlanjutan usaha, mempertahankan kualitas produk, melibatkan tenaga kerja, serta membangun hubungan sosial dengan pelanggan dan mitra usaha. Pengembangan usaha tidak semata-mata didorong oleh orientasi keuntungan, tetapi juga oleh komitmen untuk menjaga nilai sosial dan keberlangsungan UMKM kuliner di kawasan wisata Braga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan sosial berperan penting dalam pemberdayaan UMKM kuliner khas Bandung di kawasan wisata Braga melalui praktik usaha yang menekankan keberlanjutan, kualitas, dan hubungan sosial. Pelaku UMKM tidak hanya menjalankan usaha dengan orientasi ekonomi, tetapi juga mempertahankan nilai-nilai sosial seperti pelestarian kuliner tradisional, penciptaan lapangan kerja, serta pembangunan kepercayaan dan relasi dengan konsumen dan mitra usaha. Praktik tersebut tercermin dari upaya menjaga keaslian produk, konsistensi kualitas, keterlibatan tenaga kerja, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha. Dengan demikian, kewirausahaan sosial menjadi landasan penting bagi UMKM kuliner dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutan usaha di tengah dinamika kawasan wisata Braga.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Rai Utama, I. G. (2018). Pengembangan Wisata Kota Sebagai Pariwisata Masa Depan Indonesia.
- Fuad, H., Nurlaila Hanum Heni Pridia Rukmini Sari Lusyana Eka Wardani Iqbal Kamaruddin Aditya Zakaria Hidayat Puti Andiny Abdul Razak Nawaf Qanitatul Isra Qamal Muharrizal, F., Dina, M., & Salman. (2025). Pengantar Ilmu Pariwisata: Teori, Praktik, Dan Aplikasi. <https://pustakainspirasi.com/>
- Hartutiningsih, H., Sucipto, A., Lukman, A. I., & Sanjaya, A. (2024). Kewirausahaan Sosial. Bayfa

Cendekia Indonesia.

- Rosidi, A., Prastyo, H., & Zusrony, E. (2021). Peranan Perbankan Syariah Dalam Pemberdayaan UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2565>
- Rusdiana, A. (2018). *Kewirausahaan: teori dan Praktek* (p. 45). Pustaka Setia.
- Tenrinippi, A. (2019). Kewirausahaan Sosial di Indonesia (Apa, Mengapa, Kapan, Siapa Dan Bagaimana). In *Meraja Journal* (Vol. 2, Issue 3).