

Review Article

Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Industri Kuliner di Kota Denpasar

I Putu Yoga Arya Semarandana ^{1*}, Made Dwi Setyadi Mustika ²

1. Program Studi Sarjana Ekonomi Pembangunan, Universitas Udayana, Indonesia
Email : yogaarya556@gmail.com
2. Program Studi Sarjana Ekonomi Pembangunan, Universitas Udayana, Indonesia
Email : dwisetyadi@unud.ac.id

* Corresponding Author : I Putu Yoga Arya Semarandana

Abstract. *The culinary industry in Denpasar City, as part of the creative economy, holds significant potential to boost income in line with the growth of tourism and MSMEs. However, challenges such as intense competition and shifting consumer preferences require businesses to adopt adaptive strategies. This study examines the influence of five factors pricing, business innovation, human resource development, partnerships, and promotion on the income of the culinary sector, while also analysing the moderating role of promotion in the relationship between business innovation and income. A mixed-method approach was employed, combining qualitative and quantitative descriptive methods with a Moderated Regression Analysis (MRA) design. Data were gathered from 122 culinary MSMEs through questionnaires, interviews, and observations. The findings indicate that, collectively, the five variables have a significant impact on income; however, only business innovation and promotion show a significant individual effect. Moreover, promotion strengthens the positive relationship between innovation and income. Entrepreneurs are encouraged to focus on innovating products rooted in local culinary heritage and to utilise digital promotion to expand their market. Government support is expected in the form of training, funding, and culinary tourism promotion. Future research is recommended to explore the influence of digital technology and evolving consumer behaviour within the culinary industry.*

Keywords: *Business Innovation, Creative Economy, Culinary Industry, MSMEs, Promotion.*

Abstrak. Industri kuliner di Kota Denpasar, sebagai bagian dari ekonomi kreatif, memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan seiring berkembangnya pariwisata dan UMKM. Namun, tantangan seperti persaingan yang ketat dan perubahan selera konsumen menuntut strategi bisnis yang adaptif. Penelitian ini menganalisis pengaruh lima faktor penetapan harga, inovasi usaha, pengembangan SDM, kemitraan, dan promosi terhadap pendapatan industri kuliner, serta memeriksa peran promosi sebagai moderator antara inovasi usaha dan pendapatan. Metode yang digunakan adalah kombinasi deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan desain Moderated Regression Analysis (MRA). Data dikumpulkan dari 122 UMKM kuliner melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Hasilnya, kelima variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, namun hanya inovasi usaha dan promosi yang memiliki pengaruh signifikan secara individu. Promosi juga memperkuat hubungan antara inovasi dan pendapatan. Pelaku usaha disarankan fokus pada inovasi produk berbasis kuliner lokal dan memanfaatkan promosi digital. Pemerintah diharapkan mendukung melalui pelatihan, pendanaan, dan promosi wisata kuliner. Penelitian lanjutan perlu menggali lebih dalam peran teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, Inovasi Bisnis, Industri Kuliner, Promosi, UMKM.

Received: March 30 2025

Revised: April 20 2025

Accepted: May 06 2025

Online Available : May 08 2025

Curr. Ver.: May 13 2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan bentuk ekonomi yang bertumpu pada kreativitas, pengetahuan, dan ide inovatif sebagai aset utama dalam menciptakan nilai tambah. Menurut UNCTAD (2010), ekonomi kreatif menggabungkan unsur budaya, kreativitas, dan pengetahuan untuk menghasilkan produk atau jasa bernilai tinggi, sekaligus memperkuat identitas budaya dan mendorong inovasi berkelanjutan. Florida (2014) menyebutkan bahwa ekonomi ini digerakkan oleh kelompok profesional kreatif, atau "kelas kreatif", yang menciptakan solusi inovatif lintas sektor. Di Indonesia, Bekraf (2018) menegaskan peran strategis ekonomi kreatif sebagai pilar pembangunan nasional, dengan fokus pada industri budaya, inovasi, dan perlindungan hak kekayaan intelektual. Sementara itu, industri kreatif

merujuk pada sektor yang berkembang pesat, mencakup produksi dan distribusi karya seni, desain, dan budaya. Berawal dari Amerika Serikat dan Inggris, konsep ini telah menyebar ke berbagai negara, termasuk kawasan Asia. Selain berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, industri kreatif juga membawa dampak positif secara budaya dan lingkungan. Bekraf (2019) mengklasifikasikan 17 subsektor industri kreatif, antara lain kuliner, musik, fashion, film, desain, dan kriya.

Provinsi Bali memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif berkat kekayaan budaya, seni, dan kreativitas masyarakatnya yang telah dikenal secara global (Suryawardani & Yasa, 2018). Menyadari potensi tersebut, Pemerintah Provinsi Bali pada tahun 2023 menetapkan ekonomi kreatif sebagai prioritas pembangunan daerah, dengan meluncurkan berbagai program strategis seperti pemberdayaan UKM di sektor kreatif, pengembangan klaster industri, serta peningkatan sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat (Wenagama & Sudiarta, 2019). Industri kuliner merupakan salah satu subsektor utama ekonomi kreatif di Bali yang memiliki peran penting, tidak hanya sebagai bagian dari warisan budaya, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi lokal. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, industri ini menghadapi tantangan yang cukup kompleks. Persaingan yang semakin ketat akibat bertambahnya jumlah restoran dan kafe menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi agar tetap relevan di pasar. Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen yang kini lebih sadar akan gaya hidup sehat dan ramah lingkungan memengaruhi pola konsumsi kuliner. Hal ini memicu kebutuhan akan produk makanan yang tidak hanya lezat, tetapi juga bergizi, berkualitas, dan berkelanjutan. Dampak pandemi COVID-19 turut memperburuk kondisi, dengan pembatasan sosial dan turunnya jumlah wisatawan yang menyebabkan banyak pelaku usaha harus menyesuaikan strategi bisnis, seperti memperkuat layanan pesan antar dan meningkatkan kehadiran digital mereka. Dalam menghadapi dinamika ini, pengembangan ekonomi kreatif berbasis kuliner menjadi strategi yang menjanjikan. Melalui inovasi berbasis kearifan lokal, pemanfaatan bahan baku lokal yang berkualitas, teknologi digital, dan kolaborasi antar pelaku usaha kreatif, industri kuliner di Bali dapat meningkatkan daya saing sekaligus menciptakan nilai tambah ekonomi dan budaya. Langkah-langkah strategis ini diyakini mampu mendorong keberlanjutan serta pertumbuhan sektor kuliner di tengah tantangan global.

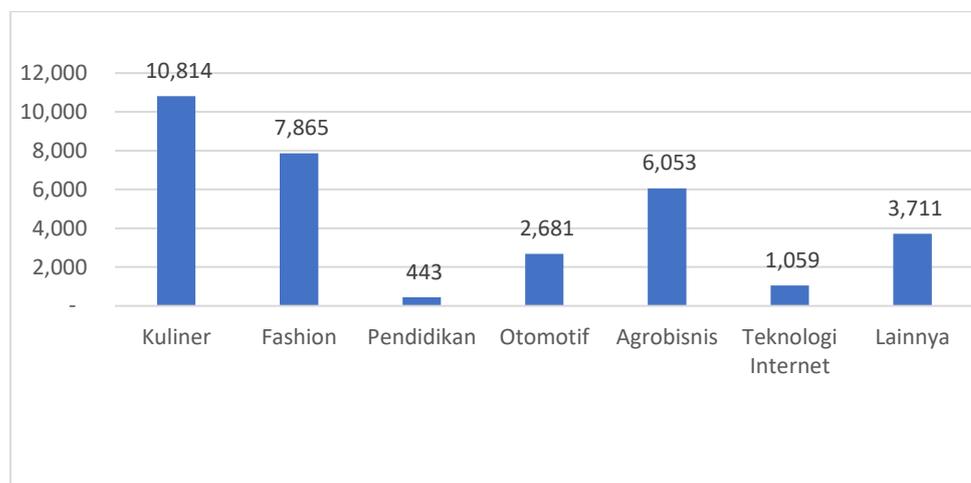
Tabel 1. PDRB Tahunan Provinsi Bali Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha

PDRB Lapangan Usaha (Seri 2010)	PDRB Tahunan Provinsi Bali Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah)					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Industri Pengolahan	14.039.368,67	15.220.035,88	14.435.824,06	14.724.275,85	16.143.831,20	17.106.709,37
1 Industri Batubara dan Pengilangan Migas	-	-	-	-	-	-
2 Industri Makanan dan Minuman	6.121.556,04	6.811.827,70	6.492.452,14	6.823.335,04	7.573.049,50	8.250.928,19
3 Pengolahan Tembakau	75.201,45	76.112,82	76.681,37	69.542,79	68.528,85	65.017,58
4 Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	960.651,12	1.056.205,05	920.162,42	949.952,69	1.012.795,55	988.416,15
5 Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	371.817,05	367.575,49	344.854,49	335.476,76	356.383,22	375.442,50
6 Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	3.931.194,15	4.156.334,33	3.968.682,49	3.871.013,24	4.317.135,96	4.492.535,84
7 Industri Kertas dan Barang dari Kertas, Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	58.256,26	62.658,10	56.951,62	59.340,57	64.346,45	70.036,94
8 Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	138.957,86	144.097,49	145.497,26	152.278,58	158.235,10	170.808,00
9 Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	242.500,70	243.890,03	240.512,39	248.656,94	268.547,10	271.865,86
10 Industri Barang Galian bukan Logam	745.735,08	787.939,81	797.766,85	821.992,88	831.207,34	888.440,41
11 Industri Logam Dasar	-	-	-	-	-	-
12 Industri Barang dari Logam, Komputer, Barang Elektronik, Optik dan Peralatan Listrik	167.535,32	178.653,92	159.915,23	158.699,43	163.187,39	166.193,14
13 Industri Mesin dan Perlengkapan YTDL	7.605,88	7.830,22	7.956,87	7.811,04	8.188,85	8.504,79
14 Industri Alat Angkutan	4.214,39	4.406,59	4.368,31	4.508,38	4.734,55	4.835,20
15 Industri Furnitur	894.429,22	977.455,64	905.052,95	896.446,02	967.855,97	984.272,68
16 Industri pengolahan lainnya, jasa reparasi dan pemasangan mesin dan peralatan	319.714,15	345.048,69	314.969,68	325.221,49	349.635,38	369.412,09

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2018-2023

Berdasarkan data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Tahunan Provinsi Bali atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha untuk periode 2018 hingga 2023 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), sektor industri makanan dan minuman memegang peran signifikan sebagai salah satu kontributor utama terhadap PDRB serta pertumbuhan ekonomi di kabupaten/kota di Provinsi Bali. Pada tahun 2018, nilai tambah dari sektor ini tercatat sebesar 6.121.556,06 juta rupiah. Angka tersebut menunjukkan peningkatan yang konsisten dan signifikan selama periode 2019 hingga 2023, dengan capaian tertinggi mencapai 8.250.928,19 juta rupiah. Fakta ini menegaskan bahwa sektor kuliner memiliki peran krusial dalam struktur perekonomian daerah. Industri makanan dan minuman telah menjadi salah satu pilar utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi Provinsi Bali dalam beberapa tahun terakhir. Besarnya kontribusi sektor ini terhadap PDRB juga mencerminkan potensi kuat yang dimiliki oleh sektor pariwisata dan gaya hidup masyarakat Bali.

Kota Denpasar, sebagai pusat pemerintahan dan kegiatan ekonomi Provinsi Bali, memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian daerah. Beragam sektor UMKM berkembang pesat di Denpasar, mencerminkan kekayaan budaya, potensi lokal, dan daya tarik pariwisata Bali. Berdasarkan data distribusi UMKM, berikut gambaran sektor utama yang berkontribusi pada perekonomian kota Denpasar



Gambar 1. Data Diagram UMKM Kota Denpasar 2023

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Denpasar

Menurut data UMKM Kota Denpasar tahun 2023, sektor kuliner menempati posisi teratas dengan total 10.814 unit usaha, unggul jauh dibandingkan sektor lain seperti fashion sebanyak 7.865 unit, agrobisnis 6.053 unit, dan teknologi internet 1.059 unit. Dominasi sektor kuliner ini mengindikasikan potensi yang sangat besar sebagai motor penggerak ekonomi lokal, apalagi sektor ini selaras dengan identitas pariwisata Bali yang menjadikan kuliner sebagai salah satu daya tarik utamanya. Fokus pada sektor kuliner bukan hanya karena jumlahnya yang terbesar, tetapi juga karena memiliki banyak peluang pengembangan, seperti inovasi menu, peningkatan kualitas kemasan, dan pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, sektor kuliner layak menjadi prioritas dalam memperkuat UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di Kota Denpasar. Sebagai pusat pemerintahan sekaligus destinasi wisata utama di Bali, Kota Denpasar menunjukkan perkembangan yang positif di sektor jasa makanan dan minuman. Berdasarkan data Satu Data Provinsi Bali untuk Kota Denpasar periode 2021–2023, sektor ini mengalami pertumbuhan yang signifikan, mencerminkan dinamika ekonomi yang terus berkembang, perubahan selera konsumen, serta pengaruh kuat dari sektor pariwisata.

Tabel 1. Jumlah Jasa Usaha Makanan Dan Minuman Kota Denpasar Berdasarkan Jenis Usahanya, Tahun 2021- 2023

JENIS USAHA JASA MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA DENPASAR			
	2021	2022	2023
Rumah Makan	539	539	472
Restoran	407	407	618
Bar	6	6	8
Kafe	63	63	168
Jasa Boga Katering	172	172	159
Pusat Penjualan Makanan	2	2	22
Total	1.189	1.189	1.447

Sumber : Satu Data Provinsi Bali Kota Denpasar 2021- 2023

Data menunjukkan adanya tren pertumbuhan yang signifikan dalam sektor usaha jasa makanan dan minuman di Kota Denpasar selama periode 2021 hingga 2023. Jumlah total usaha meningkat dari 1.189 unit pada tahun 2021 menjadi 1.447 unit pada tahun 2023, yang mencerminkan naiknya permintaan serta makin beragamnya jenis usaha di sektor ini. Kategori kafe mencatat pertumbuhan paling mencolok, dari 63 menjadi 168 unit, mengindikasikan meningkatnya minat konsumen terhadap tempat bersantai yang menawarkan suasana nyaman. Restoran juga mengalami peningkatan yang cukup besar, dari 407 menjadi 618 unit, menunjukkan bahwa segmen ini tetap menjadi pilihan utama masyarakat. Sebaliknya, jasa boga katering mengalami sedikit penurunan dari 172 menjadi 159 unit, sementara pusat penjualan makanan justru meningkat signifikan dari 2 menjadi 22 unit. Secara keseluruhan, perkembangan ini mencerminkan dinamika positif dalam industri makanan dan minuman di Denpasar, di mana respons terhadap perubahan selera konsumen serta inovasi produk menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan berkelanjutan.

Tabel 3. Tabel Jumlah Usaha Mikro Kuliner Kota Denpasar, Berdasarkan Kecamatan Tahun 2016- 2024

Usaha Mikro Kuliner Kota Denpasar									
Kecamatan	TAHUN 2016	TAHUN 2017	TAHUN 2018	TAHUN 2019	TAHUN 2020	TAHUN 2021	TAHUN 2022	TAHUN 2023	SEP' TAHUN 2024
Denpasar Selatan	2.167	2.171	2.200	2.313	2.321	2.821	2.831	2.861	2.891
Denpasar Timur	973	979	994	998	1.001	1.534	1.544	1.559	1.574
Denpasar Barat	4.006	4.008	4.032	4.036	4.041	3.541	3.561	3.601	3.639
Denpasar Utara	1.971	1.975	1.978	1.982	1.989	2.489	2.451	2.466	2.490
Total	9.117	9.133	9.204	9.329	9.352	10.385	10.387	10.487	10.594

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Denpasar, 2024

Data dari tahun 2016 hingga 2024 menunjukkan tren peningkatan jumlah UMKM di Kota Denpasar secara konsisten di semua kecamatan. Jumlah total UMKM naik dari 9.117 pada 2016 menjadi 10.594 pada 2024. Denpasar Barat mencatat angka tertinggi, sementara Denpasar Selatan tumbuh stabil, dan Denpasar Timur serta Utara mengalami kenaikan meski lebih moderat. Pertumbuhan ini mencerminkan perkembangan ekonomi lokal serta potensi UMKM dalam mendorong penciptaan lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat.

Dampak ekonomi kreatif terhadap pendapatan industri kuliner di Bali, khususnya di Kota Denpasar, sangat signifikan. Sektor ekonomi kreatif, yang meliputi seni, desain, musik, dan kuliner, telah berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Bali. Meningkatnya pariwisata yang dipengaruhi oleh budaya Bali membawa lebih banyak wisatawan untuk menikmati kuliner lokal, yang berdampak positif pada pendapatan industri kuliner. Ekonomi kreatif juga memfasilitasi inovasi dan kolaborasi, yang memperkaya variasi produk dan memperluas pasar. Pendapatan industri kuliner di Bali bisa ditingkatkan dengan strategi pengembangan yang melibatkan penetapan harga yang kompetitif, promosi yang efektif, serta pemanfaatan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penetapan harga yang tepat sangat penting untuk menarik konsumen dan meningkatkan volume penjualan, sementara promosi yang terarah dapat meningkatkan citra merek dan loyalitas konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan adalah inovasi dalam produk dan layanan, yang penting untuk tetap bersaing. Inovasi dalam hal menu, konsep restoran, dan teknologi dapat memperluas daya tarik bagi konsumen. Selain itu, pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang terampil juga berperan dalam menciptakan pengalaman kuliner yang memuaskan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kemitraan dengan berbagai pihak, seperti produsen bahan baku dan jasa pengiriman, juga memiliki peran penting. Kolaborasi ini membantu menjamin pasokan bahan berkualitas dan memperluas jangkauan pasar, yang berdampak pada peningkatan volume penjualan dan margin keuntungan. Dengan strategi yang tepat, industri kuliner di Bali dapat terus berkembang dan meningkatkan pendapatannya secara berkelanjutan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Teori Pendapatan

Teori klasik seperti yang diungkapkan oleh Adam Smith (1776) menekankan bahwa pendapatan berasal dari kombinasi faktor produksi, yaitu tanah, tenaga kerja, dan modal. Namun, dalam ekonomi modern, faktor-faktor seperti inovasi, teknologi, dan kualitas sumber daya manusia (SDM) juga mempengaruhi pendapatan. Dalam konteks ekonomi kreatif, teori pendapatan berkembang dengan mengakui kreativitas dan pengetahuan sebagai faktor utama. John Howkins (2001) berpendapat bahwa pendapatan dalam ekonomi kreatif tercipta dari pemanfaatan ide dan kreativitas, dengan fokus pada eksploitasi Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Richard Florida (2002) menambahkan bahwa pendapatan suatu wilayah atau industri sangat dipengaruhi oleh kelas kreatif, yaitu individu yang bekerja di bidang seni, teknologi, dan inovasi. Dengan demikian, teori pendapatan kini mencakup faktor-faktor baru seperti kreativitas, inovasi, dan kualitas SDM, selain faktor produksi tradisional.

Konsep Ekonomi Kreatif

Menurut Howkins (2001), ekonomi kreatif adalah transaksi produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi, dihasilkan dari kreativitas, dan memiliki nilai pasar. Departemen Kebudayaan, Media, dan Olahraga Inggris memperluas definisi ini dengan menggambarkan ekonomi kreatif sebagai industri yang berfokus pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu, serta berpotensi menciptakan kekayaan dan lapangan kerja melalui eksploitasi kekayaan intelektual. Ekonomi kreatif mencakup tidak hanya sektor budaya tradisional seperti seni, musik, dan sastra, tetapi juga sektor berbasis teknologi informasi dan komunikasi, seperti pengembangan perangkat lunak, animasi, dan desain.

Konsep Industri Kreatif

Industri kreatif adalah sektor ekonomi yang bergantung pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menghasilkan produk atau layanan yang memiliki nilai tambah, meliputi bidang-bidang seperti seni, desain, musik, film, media, dan teknologi informasi.

Teori Penetapan harga dalam industri kuliner

Smith (2018) menyatakan bahwa teori penetapan harga memiliki peran penting dalam industri kuliner, membantu pemilik usaha memahami dinamika pasar, persepsi konsumen terhadap harga, dan strategi harga pesaing. Penetapan harga yang tepat dalam bisnis kuliner sangat dipengaruhi oleh faktor seperti biaya produksi, permintaan pasar, dan strategi promosi. Smith & Jones (2018) menekankan bahwa penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan profitabilitas, sementara yang salah dapat merugikan daya saing bisnis.

Promosi dalam industri kuliner

Promosi dalam industri kuliner adalah elemen penting untuk menarik perhatian konsumen, meningkatkan penjualan, dan membangun kesadaran merek. Strategi promosi tidak hanya memperkenalkan produk, tetapi juga menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan melalui pengalaman unik. Contohnya, menggunakan media sosial untuk menjangkau audiens luas, mengadakan acara seperti demo masak, atau menawarkan diskon dan menu spesial. Pendekatan kreatif dalam promosi dapat membedakan merek dari pesaing dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pengembangan Sumber Daya Manusia

Teori human capital menekankan pentingnya investasi dalam pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk meningkatkan kualitas karyawan dan kinerja bisnis, khususnya di

industri kuliner. Pengembangan SDM tidak hanya mencakup pelatihan keterampilan teknis, tetapi juga pengembangan soft skills, kepemimpinan, dan motivasi. Garcia et al. (2020) menyatakan bahwa program pengembangan SDM yang terstruktur dan berkelanjutan dapat meningkatkan retensi karyawan, layanan pelanggan, dan produktivitas kerja. Dengan berinvestasi dalam pengembangan karyawan, bisnis kuliner dapat membangun tim yang lebih kompeten, berkomitmen, dan siap bersaing di pasar.

Kemitraan

Teori Kolaborasi mengungkapkan bahwa kolaborasi antara individu atau organisasi untuk mencapai tujuan bersama dapat menghasilkan hasil yang lebih baik dibandingkan dengan usaha individu. Gray (1989) menyatakan bahwa kolaborasi melibatkan interaksi yang saling menguntungkan dan berkelanjutan antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam industri kuliner, kemitraan merupakan strategi kolaboratif yang penting untuk mencapai tujuan bersama, memperluas pasar, dan meningkatkan keberlanjutan bisnis.

Inovasi Usaha

Teori inovasi disruptif, menurut Clayton Christensen (1997), menjelaskan bagaimana inovasi yang lebih sederhana dan terjangkau dapat menggantikan produk atau layanan yang sudah mapan. Dalam industri kuliner, inovasi sangat penting untuk menjaga daya saing dan pertumbuhan bisnis. Dengan menciptakan ide kreatif dan solusi baru, pemilik usaha dapat menghadapi tantangan pasar, memenuhi kebutuhan konsumen, dan membedakan bisnis mereka dari pesaing.

Pendapatan Industri Kuliner

Menurut Adam Smith (1776), teori permintaan dan penawaran menjelaskan bagaimana harga dan jumlah barang di pasar dipengaruhi oleh permintaan konsumen dan penawaran produsen. Pendapatan juga merupakan faktor penting untuk memahami kesehatan finansial dan keberlanjutan bisnis, terutama di industri kuliner.

3. METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian, desain penelitian yang dapat digunakan untuk proposal penelitian mengenai "Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan industri kuliner di Kota Denpasar" adalah desain penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam fenomena terkait strategi pengembangan industri kuliner dalam konteks ekonomi kreatif. Metode kualitatif memungkinkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai konteks dan dinamika yang ada di lapangan.

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Gambaran Umum Industri Kuliner di Kota Denpasar

Provinsi Bali memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif, didorong oleh kekayaan budaya, seni, dan kreativitas masyarakat yang telah dikenal secara internasional (Suryawardani dan Yasa, 2018). Pada 2023, Pemerintah Provinsi Bali menjadikan strategi pengembangan ekonomi kreatif sebagai prioritas pembangunan daerah, dengan berbagai program seperti pemberdayaan UKM, pengembangan klaster industri kreatif, dan peningkatan kerjasama antara pemerintah, swasta, dan masyarakat (Wenagama dan Sudiarta, 2019). Kota Denpasar, sebagai pusat pemerintahan dan ekonomi, memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM, terutama di sektor kuliner, yang mencerminkan kekayaan budaya dan daya tarik pariwisata Bali.

Tabel 4. Jumlah Usaha Mikro Kuliner Kota Denpasar, Berdasarkan Kecamatan Tahun 2016- 2024

Usaha Mikro Kuliner Kota Denpasar									
Kecamatan	TAHUN 2016	TAHUN 2017	TAHUN 2018	TAHUN 2019	TAHUN 2020	TAHUN 2021	TAHUN 2022	TAHUN 2023	SEP' TAHUN 2024
Denpasar Selatan	2.167	2.171	2.200	2.313	2.321	2.821	2.831	2.861	2.891
Denpasar Timur	973	979	994	998	1.001	1.534	1.544	1.559	1.574
Denpasar Barat	4.006	4.008	4.032	4.036	4.041	3.541	3.561	3.601	3.639
Denpasar Utara	1.971	1.975	1.978	1.982	1.989	2.489	2.451	2.466	2.490
Total	9.117	9.133	9.204	9.329	9.352	10.385	10.387	10.487	10.594

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Denpasar, 2024

Data menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Kota Denpasar meningkat secara konsisten dari tahun 2016 hingga 2024, dengan total UMKM mencapai 9.117 pada 2016 dan 10.594 pada 2024. Kec. Denpasar Barat memiliki jumlah UMKM tertinggi pada 2020 dengan 4.041, sementara Denpasar Selatan menunjukkan pertumbuhan stabil, mencapai 2.891 UMKM pada 2024. Kec. Denpasar Timur dan Denpasar Utara juga mengalami peningkatan, meskipun dengan angka lebih rendah. Peningkatan jumlah UMKM ini mencerminkan pertumbuhan ekonomi lokal dan potensi pengembangan sektor usaha kecil yang dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Hasil Analisis Data

Pengukuran statistik deskriptif variabel ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum seperti nilai rata - rata (Mean), tertinggi (Max), terendah (Min), dan standar deviasi dari masing - masing variabel yaitu Penetapan Harga (X₁), Inovasi Usaha (X₂), Pengembangan SDM (X₃), Kemitraan (X₃), Promosi (M), Pendapatan Industri kuliner (Y). Hasil Uji Statistik deskriptif penelitian dapat dilihat pada table 5. sebagai berikut.

UJI Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji interaksi atau sering disebut *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen) yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.173	2.338		3.495	.001
	Penetapan Harga	.111	.093	.100	1.189	.237
	Inovasi Usaha	-1.123	.669	-1.792	-1.677	.096
	Pengembangan SDM	.005	.139	.003	.038	.970
	Kemitraan	-.070	.155	-.037	-.455	.650
	Promosi	-1.170	.484	-1.006	-2.416	.017
	X2M	.331	.156	2.277	2.120	.036

a. Dependent Variable: Pendaptan Industri Kuliner

Sumber : Output Olahan Datas, 2025

Diketahui nilai signifikansi variabel interaksi antara Inovasi Usaha (X₂) dengan Promosi (M) sebesar 0,036 (<0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa Promosi (M) secara signifikan memoderasi pengaruh Inovasi Usaha terhadap Pendapatan Industri Kuliner. Koefisien interaksi positif (0,331) mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat Promosi, semakin kuat pengaruh positif Inovasi Usaha dalam meningkatkan Pendapatan Industri Kuliner.

Tabel 6. Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.289	.252	.2885

a. Predictors: (Constant), X2M, Pengembangan SDM, Kemitraan, Penetapan Harga, Promosi, Inovasi Usaha

Sumber : Output Olahan Data, 2025

Diketahui nilai R Square sebesar 0,289 (28,9%), yang mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen (Inovasi Usaha, Promosi, Pengembangan SDM, Kemitraan, Penetapan Harga) dan interaksi Inovasi Usaha-Promosi (X_2M) secara bersama-sama menjelaskan 28,9% variasi Pendapatan Industri Kuliner. Adjusted R Square (0,252) menunjukkan bahwa setelah memperhitungkan jumlah variabel, model tetap memiliki daya prediksi moderat. Signifikansi interaksi X_2M (Sig. 0,036) membuktikan bahwa Promosi berperan sebagai moderator yang memperkuat pengaruh Inovasi Usaha terhadap Pendapatan.

Uji Variabel Penelitian Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independent variable) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependent variable). Uji F ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS dan dilihat dari hasil sig atau probabilitas dari outputnya.

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.513	5	.703	8.195	.000 ^b
	Residual	9.946	116	.086		
	Total	13.459	121			

a. Dependent Variable: Pendaptan Industri Kuliner

b. Predictors: (Constant), Promosi, Pengembangan SDM, Penetapan Harga, Inovasi Usaha, Kemitraan

Sumber : Output Olahan Data, 2025

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada Tabel 1, diperoleh nilai F-statistik sebesar 8,195 dengan derajat kebebasan (5,116) dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,001$). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan dalam memprediksi variabel dependen, yaitu Pendapatan Industri Kuliner. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kelima variabel independen (Penetapan Harga, Inovasi Usaha, Pengembangan SDM, Promosi, dan Kemitraan) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Pendapatan Industri Kuliner.

Uji Variabel Penelitian Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh dan signifikansi masing-masing variabel bebas (independent variable) terhadap variabel terikat (dependent variable) secara parsial. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat atau dimaksudkan untuk melihat signifikansi pengaruh variabel Penetapan Harga (X_1), Inovasi Usaha (X_2), Pengembangan SDM (X_3), Kemitraan (X_4), Promosi (M) secara parsial terhadap Pendapatan Industri kuliner di Kota Denpasar.

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.886	1.191		3.263	.001
	Penetapan Harga	.055	.091	.049	.600	.550
	Inovasi Usaha	.292	.051	.466	5.721	.000
	Pengembangan SDM	.026	.141	.015	.187	.852
	Kemitraan	-.041	.156	-.021	-.262	.794
	Promosi	-.164	.097	-.141	-1.684	.095

a. Dependent Variable: Pendaptan Industri Kuliner

Sumber : Output Olahan Data, 2025

Hipotesis pertama menguji pengaruh Penetapan Harga (X_1) terhadap pendapatan, dengan hasil thitung = 0,600 dan signifikansi 0,550, yang menunjukkan bahwa Penetapan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan industri kuliner. Hipotesis kedua menguji pengaruh Inovasi Usaha (X_2), dengan thitung = 5,721 dan signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa Inovasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan industri kuliner. Hipotesis ketiga menguji Pengembangan SDM (X_3), dengan thitung = 0,187 dan signifikansi 0,852, yang menunjukkan bahwa Pengembangan SDM tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan industri kuliner. Hipotesis keempat menguji Kemitraan (X_4), dengan thitung = -0,21 dan signifikansi 0,794, yang menunjukkan bahwa Kemitraan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan industri kuliner. Hipotesis terakhir menguji Promosi (M), dengan thitung = -1,684 dan signifikansi 0,095, yang menunjukkan bahwa

Promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan industri kuliner. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi Usaha dan Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan industri kuliner, sementara Penetapan Harga, Pengembangan SDM, dan Kemitraan tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Penetapan Harga, Inovasi Usaha, Pengembangan SDM, Kemitraan, Dan Promosi Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Pendapatan Industri Kuliner Di Kota Denpasar

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Penetapan Harga (X_1), Inovasi Usaha (X_2), Pengembangan SDM (X_3), Kemitraan (X_4), dan Promosi (M) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pendapatan industri kuliner di Kota Denpasar. Penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan daya saing produk, sementara inovasi usaha, seperti pengembangan produk baru dan pemanfaatan teknologi, menjadi pembeda utama di pasar. Pengembangan SDM yang kompeten berkontribusi pada kualitas produk dan layanan, sedangkan kemitraan strategis dengan pemasok lokal dan platform digital dapat mengurangi biaya dan memperluas pasar. Promosi melalui media sosial dan program loyalitas membangun kesadaran merek dan mendukung pendapatan berkelanjutan. Temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya dan memberikan wawasan baru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan industri kuliner di Denpasar.

Pengaruh Penetapan Harga, Inovasi Usaha, Pengembangan SDM, Kemitraan, Dan Promosi Secara Parsial Terhadap Pendapatan Industri Kuliner Di Kota Denpasar

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Penetapan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan industri kuliner di Kota Denpasar, dengan nilai t sebesar 0,600 dan p -value 0,550 ($> 0,05$). Hal ini sejalan dengan temuan Widjaja et al. (2023) di Bali dan Rahayu et al. (2021) di Bandung, yang menyatakan bahwa harga tidak menjadi faktor utama dalam menentukan pendapatan usaha kuliner. Faktor lain seperti kualitas produk, lokasi usaha, dan preferensi konsumen cenderung lebih berpengaruh, di mana lokasi strategis terbukti mampu menarik pelanggan 2–3 kali lebih banyak dibandingkan lokasi yang kurang terlihat.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Inovasi Usaha memiliki pengaruh yang sangat signifikan dan positif terhadap pendapatan industri kuliner, dengan t -statistik sebesar 5,721 dan p -value $< 0,001$. Koefisien regresi sebesar 0,292 menunjukkan bahwa peningkatan satu unit inovasi akan menaikkan pendapatan sebesar 0,292 unit, sementara nilai Beta 0,466 menegaskan bahwa inovasi adalah faktor paling dominan dalam model. Temuan ini konsisten dengan studi Rokhman dan Sari (2022) yang menyoroti peran penting inovasi dalam peningkatan pendapatan. Di Denpasar, inovasi produk yang mengangkat kearifan lokal mampu menarik konsumen, sementara pemanfaatan media sosial dan kerja sama dengan platform layanan antar makanan membantu memperluas pasar. Perpaduan antara kreativitas produk dan transformasi digital menjadi strategi utama untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan pelaku usaha kuliner.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Pengembangan SDM tidak terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap pendapatan industri kuliner, dengan nilai t sebesar 0,187 dan p -value 0,852 ($> 0,05$). Temuan ini sejalan dengan studi Hidayat & Novianti (2020) yang menyatakan bahwa pelatihan SDM tidak secara langsung meningkatkan pendapatan usaha kuliner kecil. Hal ini kemungkinan karena dampak pengembangan SDM lebih terlihat pada efisiensi operasional daripada pendapatan langsung. Menurut teori Resource-Based View (Barney, 1991), SDM hanya menjadi keunggulan strategis jika sesuai dengan kebutuhan industri. Wijaya (2023) juga mencatat bahwa 65% pelatihan di UMKM kuliner Denpasar masih berfokus pada keterampilan konvensional, padahal yang dibutuhkan adalah kemampuan digital seperti pengelolaan media sosial, analisis data pelanggan, dan penggunaan aplikasi POS.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kemitraan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan industri kuliner, ditunjukkan oleh nilai t -statistik -0,262 dan p -value 0,794 ($> 0,05$), serta koefisien regresi negatif sebesar -0,041. Temuan ini konsisten dengan penelitian Putra (2019), yang menyatakan bahwa kemitraan tidak secara signifikan memengaruhi pendapatan pelaku usaha kuliner. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh kurang efektifnya bentuk kemitraan yang ada, terutama jika tidak dibarengi dengan dukungan manajerial dan akses pembiayaan yang memadai. Dalam konteks industri kuliner Denpasar, kemitraan yang tidak dikelola secara optimal justru dapat meningkatkan biaya transaksi, seperti konflik kepentingan atau kesulitan koordinasi, sebagaimana dijelaskan dalam teori Transaction Cost Economics oleh Williamson (1985). Priyono dan Saptono (2021) juga menemukan bahwa pelaku UMKM kuliner yang bermitra dengan pihak dominan seringkali kali

mengalami penurunan margin keuntungan, menandakan bahwa tidak semua bentuk kemitraan menguntungkan bagi usaha kecil.

Berdasarkan hasil analisis, variabel Promosi menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 10%, dengan nilai p sebesar 0,095. Hal ini menandakan bahwa promosi memiliki kontribusi terhadap peningkatan pendapatan industri kuliner, meskipun pada tingkat signifikansi yang lebih longgar. Penelitian Putra dan Suryani (2020) mendukung temuan ini, dengan menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook secara signifikan meningkatkan jumlah konsumen di restoran dan kafe Denpasar, di mana kenaikan 10% anggaran promosi digital berkorelasi dengan peningkatan pendapatan sebesar 6,5%. Darmawati dan Arthana (2022) juga menemukan bahwa promosi lewat platform digital seperti GoFood dan GrabFood memberikan kontribusi sebesar 12% terhadap pertumbuhan pendapatan. Promosi digital terbukti memperluas jangkauan pasar dan mendorong impulse buying, meski efektivitasnya bergantung pada segmentasi dan konsistensi konten. Secara keseluruhan, promosi menjadi faktor penting yang secara parsial berperan dalam meningkatkan pendapatan usaha kuliner di Denpasar.

Variabel Promosi Yang Berperan Dalam Memoderasi Inovasi Usaha Terhadap Pendapatan Industri Kuliner Di Kota Denpasar

Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi berperan sebagai variabel moderator yang memperkuat hubungan antara inovasi usaha dan pendapatan industri kuliner di Denpasar. Ini berarti, meskipun inovasi usaha tidak secara langsung meningkatkan pendapatan, dampaknya menjadi signifikan ketika didukung oleh strategi promosi yang efektif (Hayes, 2018). Temuan ini konsisten dengan teori pemasaran yang menekankan pentingnya promosi dalam menyampaikan nilai dari inovasi kepada konsumen (Rogers, 2003). Tanpa promosi yang tepat, inovasi dapat gagal menjangkau target pasar dan tidak memberikan dampak finansial yang berarti. Oleh karena itu, agar inovasi usaha dapat memberikan kontribusi maksimal terhadap pendapatan, pelaku usaha kuliner perlu mengintegrasikan strategi promosi yang sesuai, seperti pemasaran digital dan kampanye kreatif (Kotler & Keller, 2016), guna meningkatkan eksposur dan menarik minat konsumen.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Penetapan harga, inovasi usaha, pengembangan SDM, kemitraan, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan industri kuliner di Kota Denpasar. Hal ini memiliki makna bahwa penetapan harga, inovasi usaha, pengembangan SDM, kemitraan, dan promosi dapat mempengaruhi pendapatan industri kuliner di Kota Denpasar.
- 2) Inovasi usaha dan promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan industri kuliner di kota Denpasar. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi usaha menjadi faktor kunci yang secara nyata meningkatkan pendapatan industri kuliner. Inovasi usaha mendukung promosi dengan memperkenalkan produk atau layanan baru ke pasar, mengumpulkan umpan balik konsumen untuk perbaikan berkelanjutan, menciptakan daya tarik yang menghasilkan sumber daya tambahan, serta mewujudkan bentuk inovasi itu sendiri, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan industri kuliner di Kota Denpasar. Sementara penetapan harga, pengembangan sumber daya manusia (SDM), dan kemitraan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan industri kuliner di Kota Denpasar.
- 3) Variabel Promosi terbukti bahwa berperan signifikan sebagai variabel moderasi, yang berarti pengaruh Inovasi Usaha terhadap pendapatan industri kuliner bergantung pada tingkat aktivitas promosi yang dilakukan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh Inovasi Usaha terhadap peningkatan pendapatan tidak bersifat langsung, melainkan sangat bergantung pada intensitas dan efektivitas aktivitas promosi yang dijalankan. Artinya, meskipun inovasi produk atau layanan dikembangkan, dampaknya terhadap pendapatan akan semakin optimal jika didukung oleh strategi promosi yang tepat, seperti pemasaran digital, kampanye terfokus, atau pemanfaatan platform media sosial untuk memperluas jangkauan dan mengkomunikasikan nilai tambah inovasi kepada konsumen.

Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan, maka dapat disajikan saran sebagai berikut.

- 1) Pelaku UMKM kuliner di Denpasar perlu fokus pada inovasi produk berbahan lokal berkelanjutan, seperti menu fusion Bali-internasional dengan kemasan ramah lingkungan, serta mengoptimalkan promosi digital melalui Instagram/TikTok dengan konten kreatif dan kolaborasi influencer untuk memperluas pasar. Pemanfaatan teknologi (aplikasi pesan-antar, QR code menu), riset pasar rutin, dan pelatihan SDM berkala dalam digital marketing dan manajemen operasional juga krusial, didukung kemitraan dengan pemasok lokal dan platform digital.
- 2) Pemerintah harus memperkuat dukungan melalui pelatihan gratis/subsidi, pendanaan berbunga rendah, pembangunan pusat kuliner sebagai destinasi wisata, kemitraan strategis dengan platform delivery (subsidi komisi), penyederhanaan perizinan, sertifikasi hygiene gratis, serta promosi Denpasar sebagai “Kota Kuliner Kreatif” melalui kampanye nasional/internasional.
- 3) Untuk penelitian selanjutnya perlu mengkaji efektivitas inovasi produk (ramah lingkungan vs. fusion), Return on Investment (ROI) promosi digital, dampak program pelatihan/pendanaan pemerintah, adopsi teknologi (AI, IoT) pada UMKM skala kecil, preferensi konsumen terhadap “green culinary”, dan dampak pariwisata terhadap permintaan kuliner lokal, dengan pendekatan multidisiplin dan longitudinal guna memahami dinamika industri secara holistik. Kolaborasi antara UMKM, pemerintah, dan peneliti akan mempercepat terwujudnya ekosistem kuliner Denpasar yang berkelanjutan, kompetitif, dan berdaya saing global.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2018). PDRB tahunan Provinsi Bali atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha 2018. Denpasar: BPS Provinsi Bali.
- Barney, J. (1991). Sumber daya perusahaan dan keunggulan kompetitif berkelanjutan. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2023). Laju pertumbuhan ekonomi menurut kabupaten/kota Provinsi Bali 2018-2023. Denpasar: BPS Provinsi Bali.
- Bali Management. (n.d.). Kunjungan wisatawan ke Bali. Diambil dari <https://balimanagement.villas/id/blogs/kunjungan-wisatawan-ke-bali/>.
- Brown, A., Smith, B., & Johnson, C. (2020). Strategi penetapan harga dinamis dalam bisnis kuliner: Menyesuaikan dengan perubahan pasar. *Jurnal Manajemen Kuliner*.
- Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) (2019). Laporan Industri Kreatif Indonesia: Klasifikasi dan Perkembangan Subsektor. <https://www.kememparekraf.go.id>
- Barney, J. B. (1991). Sumber daya perusahaan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. *Jurnal Manajemen*.
- Christensen, C. M. (1997). Teori inovasi disruptif: Inovasi yang lebih sederhana dan lebih murah dapat mengganggu pasar yang sudah ada. *Jurnal Inovasi dan Manajemen*.
- Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Denpasar (2024). Jumlah UMKM Kota Denpasar 2016-2024. Denpasar: Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Denpasar.
- Darmawati, N.K. & Arthana, I.K.R. (2022). Dampak platform pesan-antar makanan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Denpasar. *Jurnal Bisnis Digital*, 6(1), 45-62.
- Florida, R. (2014). The Creative Class and Economic Development. *Economic Development Quarterly*, 28(3), 196-205. <https://doi.org/10.1177/0891242414541693>
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. Basic Books.
- Garcia, M., Smith, J., & Lee, R. (2020). Program pengembangan sumber daya manusia yang terstruktur dan berkelanjutan: Dampaknya terhadap retensi karyawan, layanan pelanggan, dan produktivitas kerja. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Garcia, A., & Brown, T. (2019). Strategi Penetapan Harga untuk Optimalisasi Pendapatan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Ghozali, Imam. (2017). Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gray, B. (1989). Kolaborasi: Kerangka teoretis untuk pemecahan masalah multipihak. *Journal of Organizational Behavior*.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.
- Hayes, A. F. (2018). Pengantar mediasi, moderasi, dan analisis proses kondisional: Pendekatan berbasis regresi (Edisi ke-2). Guilford Press.
- Johnson, R., Smith, L., & Lee, K. (2018). Inovasi dalam Bisnis Kuliner: Pengembangan Menu, Konsep Restoran, dan Integrasi Teknologi untuk Pertumbuhan Pendapatan. *Jurnal Manajemen Perhotelan*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Prinsip-prinsip pemasaran (edisi 17). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (Edisi ke-15). Pearson Education.
- Kotler, P. (1967). *Manajemen pemasaran: Analisis, perencanaan, dan pengendalian* (edisi 17). Jakarta: Erlangga.
- Putra, I.G.N.A. (2019). Analisis dampak kemitraan bisnis terhadap kinerja finansial usaha kuliner di Bali. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14(2), 78-92.
- Putra, I.G.N.A. & Suryani, L.K. (2020). Efektivitas promosi media sosial Instagram dan Facebook terhadap kunjungan konsumen restoran di Denpasar. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(2), 112-128.

- Priyono, B. & Saptono, A. (2021). Dampak asimetris kemitraan usaha terhadap margin keuntungan UMKM kuliner di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 34-48.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (Edisi ke-5). Free Press.
- Rokhman, M. & Sari, D. (2022). Peran inovasi produk dalam meningkatkan pendapatan usaha mikro kuliner: Bukti empiris dari Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 45-58.
- Satu Data Indonesia Provinsi Bali. (2023). Data usaha makanan dan minuman Kota Denpasar. Denpasar: Satu Data Indonesia Provinsi Bali. Diambil dari <https://balisatudata.baliprov.go.id/search-data>
- Smith, J., & Jones, A. (2018). Penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan profitabilitas usaha kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 123-135.
- Smith, J., & Jones, A. (2018). Penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan profitabilitas usaha kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. W. Strahan & T. Cadell.
- Suryawardani, N. W., & Yasa, I. K. (2018). Pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Bali. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-3). Alfabeta.
- Wenagama, I. G. N., & Sudiarta, I. W. (2019). Berbagai program dan inisiatif dalam pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di sektor ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi Kreatif*.
- Wijaya, K. (2023). Analisis kebutuhan pelatihan digital bagi UMKM kuliner di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 15(2), 112-125.
- Williamson, O. E. (1985). *Lembaga ekonomi kapitalisme: Perusahaan, pasar, kontrak relasional*. Free Press.