
MOTIVASI PEMILIK USAHA MAKANAN DAN MINUMAN DALAM MEMBUKA RESTO DI KOTA BLITAR

Oleh

Wilyan Adiasari¹, Fifit S Ni'mah²¹Entrepreneurship Business Creation, School of Business Management, Bina Nusantara University²Program Studi Management, Universitas AntakusumaE-mail: ¹wilyanadia@binus.ac.id, ²fifitnikmah@gmail.com**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menggali motivasi dan pertimbangan pemilik usaha F&B dalam membuka restoran di Kota Blitar, yang merupakan kota kecil dengan populasi terbatas namun memiliki perkembangan bisnis kuliner yang cukup pesat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Subjek penelitian terdiri dari tiga pemilik usaha F&B. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama pelaku usaha meliputi keinginan untuk mandiri secara finansial, dukungan dari investor atau keluarga, serta pemanfaatan aset pribadi seperti lahan. Faktor eksternal seperti tren gaya hidup, daya beli masyarakat, dan peluang pasar juga menjadi pendorong utama. Selain itu, pemilihan lokasi strategis, dukungan sosial, serta inovasi dalam menu dan konsep usaha menjadi faktor penentu dalam keputusan berwirausaha. Kesimpulannya, meskipun Kota Blitar memiliki keterbatasan dalam hal populasi dan rotasi pasar, pelaku usaha tetap optimis dan melihat potensi jangka menengah, selama bisnis dijalankan dengan strategi yang adaptif, inovatif, dan berbasis pemahaman lokal..

Kata Kunci: Motivasi Berwirausaha, Usaha F&B, Kota Blitar, Kualitatif, Inovasi**PENDAHULUAN**

Kota Blitar, yang terdiri dari tiga kecamatan, memiliki karakteristik sebagai kota kecil dengan dinamika sosial dan ekonomi yang berbeda dibandingkan dengan kota besar lainnya. Salah satu perbedaan mencolok adalah tidak adanya perguruan tinggi di kota ini, yang berarti tidak ada perputaran populasi mahasiswa yang dapat menjadi pasar potensial bagi bisnis makanan dan minuman (F&B). Hal ini menjadikan pasar di Kota Blitar cenderung lebih stabil dan terbatas.

Namun, meskipun pasar terbatas, jumlah usaha F&B, khususnya restoran dan kafe, di Kota Blitar mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Blitar, pada tahun 2024 tercatat 80

restoran dan 66 kafe yang mengajukan izin usaha. Angka ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan tahun sebelumnya, di mana hanya terdapat 35 restoran dan 18 kafe yang mengajukan izin usaha .

Sementara itu, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Blitar, jumlah penduduk Kota Blitar pada tahun 2023 tercatat sebanyak 160.539 jiwa . Dengan demikian, rasio jumlah usaha F&B terhadap jumlah penduduk menunjukkan angka yang cukup tinggi, yang menimbulkan pertanyaan mengenai keseimbangan antara jumlah usaha dan daya serap pasar.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mendasar: "Apa motivasi para pelaku usaha F&B di Kota Blitar dalam memulai dan

mengembangkan bisnis mereka?" dan "Apakah mereka yakin bahwa bisnis ini akan berkelanjutan dan mampu bertahan di masa mendatang?" Pertanyaan ini penting untuk dijawab guna memahami dinamika kewirausahaan di sektor F&B di Kota Blitar dan untuk memberikan rekomendasi bagi pengembangan sektor ini ke depan.

LANDASAN TEORI

Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha

Kewirausahaan adalah proses menciptakan peluang bisnis dengan memanfaatkan sumber daya secara efektif (Hisrich & Peters, 2002). Motivasi berwirausaha berperan sebagai dorongan internal yang mempengaruhi individu dalam memulai dan mengelola usaha (McClelland, 1961). Menurut teori kebutuhan (Maslow, 1943), motivasi bisa berasal dari kebutuhan dasar hingga aktualisasi diri. Sementara McClelland menekankan kebutuhan akan prestasi, kekuasaan, dan afiliasi sebagai pendorong utama kewirausahaan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha

Selain motivasi internal, faktor eksternal juga mempengaruhi keputusan seseorang dalam berwirausaha, meliputi kondisi pasar, lingkungan sosial, dukungan keluarga, serta kondisi ekonomi (Shapero & Sokol, 1982). Faktor lokasi dan demografi, seperti kedekatan dengan pasar dan karakteristik konsumen, juga menjadi pertimbangan penting dalam bisnis F&B (Kotler & Keller, 2016).

Bisnis F&B di Indonesia dan Kota Menengah

Sektor F&B merupakan salah satu sektor yang paling dinamis dan kompetitif di Indonesia, dengan pertumbuhan pesat di kota-kota menengah yang mulai mengadopsi gaya hidup modern (Kemenparekraf, 2021). Namun, tantangan seperti persaingan ketat, perubahan preferensi konsumen, serta kebutuhan inovasi

menjadi kunci keberhasilan usaha F&B (Sari, 2019).

Inovasi dan Diferensiasi dalam Bisnis F&B

Inovasi produk dan layanan merupakan strategi utama dalam mempertahankan daya saing di industri F&B (Schumpeter, 1934). Diferensiasi melalui konsep unik, menu khas, dan teknologi digital dapat meningkatkan nilai tambah dan loyalitas pelanggan (Porter, 1985).

Studi Terdahulu

Beberapa penelitian terkait motivasi dan faktor keberhasilan bisnis F&B menunjukkan bahwa dukungan sosial dan kesiapan modal sangat mempengaruhi kelangsungan usaha (Putri & Santoso, 2020; Wulandari, 2018). Penelitian oleh Nurhadi (2017) pada pelaku usaha kecil di Jawa Timur menegaskan pentingnya inovasi dan lokasi strategis dalam keputusan investasi bisnis kuliner.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam motivasi dan pertimbangan subjektif para pelaku usaha dalam membuka bisnis F&B di Kota Blitar. Penelitian kualitatif memungkinkan penggambaran fenomena secara kontekstual melalui pengalaman nyata narasumber (Creswell, 2014). Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha F&B (restoran dan kafe) yang aktif beroperasi di Kota Blitar. Jumlah narasumber dalam penelitian ini adalah tiga orang pemilih bisnis F&B di Kota Blitar.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi lingkungan bisnis. Teknik analisis yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik, dengan tahapan sebagai berikut: Peneliti menggunakan matriks tematik untuk memetakan hubungan antara kutipan narasumber dan indikator penelitian. Untuk menjamin keabsahan data,

peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber dan konfirmasi ulang (member checking) kepada narasumber setelah proses wawancara. Peneliti juga mencatat refleksi pribadi dalam proses pengumpulan data sebagai bagian dari audit trail.

Penelitian ini dilakukan di Kota Blitar, Jawa Timur. Pengumpulan data primer dilakukan antara bulan Mei hingga Juli 2025, dengan lokasi pengambilan data di tempat usaha masing-masing narasumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan tiga narasumber utama yang merupakan pemilik usaha F&B di Kota Blitar:

1. Bisnis F&B – A, sebuah coffee shop yang telah beroperasi selama 4 bulan. Usaha ini didirikan atas dasar investasi dari pihak luar dengan lokasi milik pribadi, dan mengusung konsep ruang privat dan terbuka.
2. Bisnis F&B – B, pemilik De Clasee, sebuah restoran berbasis produk susu dari peternakan keluarga yang telah berjalan selama 10 tahun. Bisnis ini dirintis dengan motivasi keluarga dan keinginan untuk menciptakan produk unggulan.
3. Bisnis F&B – C, pemilik Want More Coffee and Resto, telah menjalankan bisnis selama 2 tahun dengan pendekatan fokus pada kopi dan kenyamanan keluarga, memanfaatkan lokasi strategis dekat objek wisata.

Motivasi Berwirausaha

Dalam kaitannya tentang motivasi berwirausaha. Ketiga narasumber menunjukkan bahwa motivasi utama dalam memulai bisnis F&B di Kota Blitar berasal dari keinginan untuk mandiri secara finansial dan mengembangkan passion. Selain itu menurut mereka adanya dukungan investor atau keluarga juga menjadi motivasi yang penting untuk mereka mengembangkan usaha F&B.

Faktor Eksternal dan Lingkungan

Terkait hal faktor eksternal yang memengaruhi keputusan berwirausaha adalah munculnya gaya hidup “nongkrong” dari masyarakat Kota Blitar. Dimana mereka banyak sekali melakukan kegiatan bebas di tempat-tempat outlet F&B baik dalam bentuk kafe, restoran, dll. Banyak waktu yang mereka akan habiskan di tempat tersebut, baik untuk bekerja, melakukan pertemuan, makan bersama dengan keluarga, atau hanya sekedar berfoto-foto saja. Faktor lain yang mendukung juga adalah ternyata daya beli masyarakat Kota Blitar sudah cukup tinggi.

Faktor Lokasi dan Demografi

Ada satu yang menarik yang disampaikan oleh ketiganya bahwa menurut mereka penting untuk berfokus dalam pemanfaatan asset pribadi sebagai tempat usaha mereka. Pebisnis F&B di Kota Blitar perlu mempertimbangkan penggunaan asset dengan sistem sewa. Sebab akan berdampak kurang baik terhadap perkembangan bisnis. Selain itu saat ini lokasi yang strategis dan mudah dijangkau bukan lagi menjadi faktor yang utama dalam membangun sebuah bisnis. Menurut narasumber, selama bisnis F&B dapat memberikan kenyamanan yang optimal, lokasi sudah bukan lagi menjadi masalah bagi pelanggan. Secara faktor demografi pun hari ini beberapa segmen pekerja yang ada di Kota Blitar sudah sering sekali memanfaatkan tempat bisnis F&B sebagai tempat mereka untuk rapat, bertemu client atau bahkan hanya untuk menghabiskan waktu istirahat mereka saja.

Faktor Personal dan Sosial

Keputusan membuka usaha menurut mereka juga dipengaruhi banyak dari pribadi mereka. Keinginan yang besar untuk sukses dan menjalankan passion menjadi salah satu pendorong mereka dalam berbisnis. Keinginan untuk memenuhi kebutuhan finansial juga menjadi faktor penting bagi mereka. Dukungan dari pihak eksternal dipercaya mampu memberikan energi lebih, dukungan keluarga juga investor yang kooperatif dalam

menjalankan kerjasama. Tidak kalah penting juga adalah persoalan Kerjasama dengan tim atau karyawan, hal ini menjadi poin penting yang perlu diperhatikan

Kelayakan dan Potensi Bisnis

Seluruh narasumber menyampaikan bahwa menurut mereka bisnis F&B adalah bisnis yang relative lebih mudah di jalankan dibandingkan bisnis yang lain. Hal ini disebabkan karena pertimbangan bahwa kebutuhan makan dan minum akan terus dibutuhkan. Sehingga secara potensi bisnis F&B akan bertahan lebih lama, selama mereka mampu untuk terus beradaptasi dengan kondisi yang ada. Akan lebih menguntungkan lagi jika bisnis F&B yang dijalankan adalah dari hulu ke hilir.

Inovasi dan Diferensiasi

Adaptaasi yang cepat dibutuhkan dalam mengembangkan bisnis F&B ini. Sebab adanya perkembangan teknologi dan persebaran informasi yang cepat ini menjadikan banyaknya referensi baru yang diterima oleh pasar. Oleh karena itu, perencanaan pengembangan produk menjadi kunci dalam berbisnis di bidang F&B ini.

Diskusi Temuan

Penelitian ini selaras dengan teori McClelland tentang kebutuhan akan prestasi dan keberanian mengambil risiko sebagai pendorong wirausaha. Faktor eksternal seperti peluang pasar lokal, gaya hidup masyarakat, dan dukungan keluarga, investor dan karyawan sangat menentukan keberhasilan usaha. Tantangan utama terletak pada manajemen SDM dan konsistensi pelayanan, yang juga didukung oleh studi sebelumnya (Putri & Santoso, 2020; Wulandari, 2018). Inovasi dan diferensiasi menjadi kunci daya saing dalam pasar yang kecil namun kompetitif seperti Kota Blitar. Dari pertanyaan penelitian yang diajukan oleh peneliti, dapat terjawab bahwa terdapat beberapa faktor yang memotivasi para pengusaha untuk menginvestasikan uang mereka ke bisnis F&B ini. Dorongan keluarga, kolaborasi yang cocok dengan investor,

konsistensi dan ketekunan karyawan merupakan motivasi utama mereka menjalankan bisnis ini. Terlebih adanya kebutuhan finansial yang juga perlu untuk dicukupi. Dengan kondisi kota Blitar yang cukup unik dimana secara populasi kota blitar merupakan kota kecil yang hanya terdiri atas 3 kecamatan. Tidak ada peputaran populasi yang silih berganti seperti kota – kota lain yang memiliki penduduk pendatang yang tinggal. Kondisi tersebut tidak membuat pebisnis ini goyah, mereka masih merasa bahwa potensi yang dari bisnis F&B akan selalu besar dan menguntungkan selama mereka mampu adaptif dalam setiap kondisi yang dihadapi.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. **Bagi Calon Wirausahawan:** Disarankan untuk melakukan studi kelayakan pasar secara lebih mendalam sebelum membuka usaha F&B di kota kecil seperti Blitar. Selain itu, pemanfaatan aset pribadi seperti lahan dapat menekan biaya operasional awal.
2. **Bagi Pelaku Usaha yang Sudah Berjalan:** Diperlukan inovasi berkelanjutan, baik dalam menu maupun konsep pelayanan, untuk menjaga daya tarik pelanggan. Penting pula untuk memperkuat sistem manajemen dan pengembangan SDM agar usaha dapat berjalan stabil.
3. **Bagi Pemerintah Daerah:** Diharapkan dapat memberikan dukungan lebih terhadap pelaku UMKM F&B, seperti pelatihan kewirausahaan, subsidi promosi, dan penyediaan akses pembiayaan agar ekosistem bisnis lokal tetap tumbuh sehat.
4. **Bagi Peneliti Selanjutnya:** Disarankan untuk memperluas jumlah narasumber dan menjangkau wilayah

lain sebagai perbandingan agar diperoleh pemahaman yang lebih holistik mengenai dinamika kewirausahaan di sektor F&B.

Dengan saran ini diharapkan hasil penelitian dapat memberikan manfaat praktis dan akademis bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terimakasih kepada narasumber yang sudah berkenan untuk meluangkan waktu dan memberikan banyak informasi. Peneliti sadar bahwa penelitian ini masih perlu banyak pengembangan lagi kedepannya. Semoga adanya penelitian ini dapat menjadi acuan dan juga inspirasi untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hisrich, Robert D., dan Michael P. Peters. *Entrepreneurship*. Edisi ke-5. New York: McGraw-Hill, 2002.
- [2] McClelland, David C. *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand, 1961.
- [3] Maslow, Abraham H. "A Theory of Human Motivation." *Psychological Review* 50, no. 4 (1943): 370–396.
- [4] Shapero, Albert, dan Lawrence Sokol. "The Social Dimensions of Entrepreneurship." Dalam *Encyclopedia of Entrepreneurship*, disunting oleh Calvin Kent, Donald Sexton, dan Karl Vesper, 72–90. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1982.
- [5] Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Edisi ke-15. London: Pearson, 2016.
- [6] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. *Laporan Tahunan Sektor F&B di Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf, 2021.
- [7] Sari, R. P. "Inovasi Produk dan Tantangan dalam Bisnis F&B di Indonesia." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13, no. 3 (2019): 156–165.
- [8] Schumpeter, Joseph A. *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.
- [9] Porter, Michael E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press, 1985.
- [10] Putri, M., dan T. Santoso. "Motivasi dan Dukungan Sosial dalam Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 18, no. 1 (2020): 45–60.
- [11] Wulandari, A. "Faktor Keberhasilan Usaha Kuliner Kecil di Jawa Tengah." *Jurnal Ekonomi Kreatif* 5, no. 1 (2018): 33–42.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN