

**PANDANGAN INOVASI KULINER MASA KINI DALAM PSIKOLOGI SOSIAL DIBIDANG KEWIRAUSAHAAN**

**Adinda Rokhimatul Fatikhah \*<sup>1</sup>**

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
[adindarokhimatulfatikhah@gmail.com](mailto:adindarokhimatulfatikhah@gmail.com)

**Dona Sephia Selawati**

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
[donasephia.22@gmail.com](mailto:donasephia.22@gmail.com)

**Agrefina Damayanti Siahaan**

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
[agrefinv@gmail.com](mailto:agrefinv@gmail.com)

**Nur Haliza Putri Rahmad**

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
[sahulatakhiliza@gmail.com](mailto:sahulatakhiliza@gmail.com)

**Sulistiasih**

Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
[sulistiasih77@gmail.com](mailto:sulistiasih77@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This journal was created to educate and evaluate the world of entrepreneurship in terms of social psychology. Social psychology is the study of how individuals are influenced by their social environment, including their interactions with others, social norms, and existing social situations. Social psychology covers various aspects, one of which is in the field of entrepreneurship. Psychology in the field of entrepreneurship is a development of industrial and organizational psychology. In running entrepreneurship, one of the important factors is the characteristics of the entrepreneur and the problems he faces so that it will lead to innovation in business. Innovation in the culinary field will never end especially in the digital era like today. Creativity and innovation in the culinary business will have an impact on the psychology of consumers who will be interested in trying the culinary.*

**Keywords :** social psychology, entrepreneurship psychology, innovation

---

<sup>1</sup> Korespondensi Penulis.

## **ABSTRAK**

Jurnal ini dibuat bertujuan sebagai edukasi dan evaluasi dalam dunia kewirausahaan yang ditinjau dari sisi psikologi social. Psikologi social adalah psikologi yang mempelajari bagaimana individu dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya, termasuk interaksinya dengan orang lain, norma social, dan situasi social yang ada. Psikologi social mencakup berbagai aspek, salah satunya dalam bidang kewirausahaan. Psikologi dalam bidang kewirausahaan merupakan perkembangan dari psikologi industry dan organisasi. Dalam menjalankan kewirausahaan salah satu faktor pentingnya adalah karakteristik wirausahawan serta masalah yang dihadapinya sehingga akan memunculkan inovasi dalam usaha. Inovasi dalam bidang kuliner tidak akan pernah ada habisnya apalagi dalam era digital seperti sekarang ini. Kreativitas dan inovasi dalam usaha kuliner akan berdampak pada psikologi para konsumen yang akan tertarik untuk mencoba kuliner tersebut.

**Kata Kunci :** psikologi social, psikologi kewirausahaan, inovasi

## **PENDAHULUAN**

Psikologi merupakan cabang ilmu yang mempelajari perilaku manusia termasuk dalam Perilaku berwirausaha. Psikologi merambah pada bidang kewirausahaan melalui psikologi social. Dalam ilmu psikologi social dalam bidang kewirausahaan mencakup bagaimana perilaku konsumen dalam membeli suatu produk, karakteristik seorang usahawan, serta Pengaruh inovasi untuk mempengaruhi Perilaku konsumen dalam membeli suatu produk.

Dunida usaha yang sangat beragam, memuat pelaku usaha harus pandai dalam mengambil langkah yang tepat demi keberlangsungan usahanya. Dengan pendekatan psikologi dapat memberikan kontribusi yang besar sehingga diharapkan mampu membuat dunia usaha semakin berkembang dan maju melalui kreativitas dan inovasi yang terus berjalalan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan studi literatur. Sumber dari penelitian ini berasal dari jurnal jurnal dan penelitian sebelumnya. Dalam jurnal ini juga memuat pendapat dari para ahli.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Pengertian Psikologi Sosial dalam Bidang Kewirausahaan**

Menurut Baron dan Byrne (2004), psikologi social adalah cabang psikologi yang berupaya untuk memahami dan menjelaskan cara berfikir, berperasaan dan berprilaku individu yang dipengaruhi oleh kehadiran orang lain. Psikologi social adalah cabang psikologi yang mempelajari bagaimana individu dipengaruhi oleh

lingkungan sosialnya, termasuk interaksinya dengan orang lain, norma social, dan situasi social yang ada.

Wirausaha didefinisikan sebagai proses yang terdiri atas penemuan, evaluasi, dan eksploitasi kesempatan untuk memperkenalkan produk dan layanan baru, cara mengelola baru atau pasar baru. Dalam dunia wirausaha sudah tidak asing dengan kata motivasi dan inovasi, karena itu merupakan inti dari kewirausahaan. Tanpa adanya hal tersebut, seorang wirausahawan tidak dapat memajukan usaha yang dimilikinya. Kewirausahaan mendorong perbaikan produk, layanan dan fleksibilitas ekonomi dengan motivasi dan inovasinya.

Psikologi dalam bidang kewirausahaan perkembangan dari psikologi dalam bidang industry dan organisasi. Dalam psikologis kewirausahaan tidak hanya membahas tentang faktor individu dalam berwirausaha namun, juga membahas situasi dalam berwirausaha. Psikologi social dalam bidang kewirausahaan memiliki tujuan untuk menggambarkan sejauh mana kemajuan dari bidang usaha yang ada di Indonesia.

## **B. Karakteristik Wirausahawan dan Masalah yang dihadapi Wirausahawan**

Dalam memulai usaha, karakteristik berperan dalam menentukan keberhasilan dari usaha tersebut. Karakteristik yang dimaksud adalah Perilaku personal, karakteristik demografi, serta kesiapan dalam menjadi seorang kewirausahawan. Menurut Charney dan Libecap (2000), seorang wirausaha memiliki keahlian teknis atau kompetensi yang memadai untuk usaha yang dijalankan lebih sukses daripada wirausahawan yang tidak memiliki kompetisi atau keahlian teknis sesuai dengan usaha yang dijalani. Berikut adalah beberapa contoh karakteristik yang dimaksud :

1. Memiliki keberanian dalam mengambil keputusan dengan resiko yang akan dihadapi.
2. Memiliki kreativitas dan mampu berfikir berbeda dari ide biasnya
3. Selalu mencari dan meningkatkan fleksibilitas dalam berinovasi
4. Mampu membaca peluang usaha yang ada
5. Selalu cepat dalam beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan usaha yang cepat
6. Merencanakan semua tindakan yang akan diambil dengan jelas serta efektif
7. Berorientasi pada masa depan
8. Berani dalam menghadapi segala masalah serta kemungkinan kegagalan yang akan dihadapi.
9. Memegang teguh sikap jujur dan disiplin.

10. Selalu mengevaluasi dan meningkatkan kemampuan yang dimiliki diri sendiri.

Selain karakteristik secara personal, karakteristik juga merujuk pada asal usul usaha, lamanya usaha itu berjalan, skala serta sumber modal dari usaha tersebut juga menentukan kesuksesan usaha. Untuk karakteristik tersebut memerlukan waktu dan pengalaman yang tidak sebentar. Semakin lama seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya, maka akan semakin besar kemungkinan seseorang itu akan berhasil dalam menjalankan usahanya.

Jika karakteristik sudah terpenuhi, akan jadi hal yang sangat mungkin untuk munculnya masalah dalam berwirausaha. Ada banyak masalah dalam berwirausaha, seperti :

- Kesulitan dalam membaca peluang → hal ini bisa terjadi karena sudah banyaknya pelaku usaha
- Lingkungan demografis yang tidak mendukung → demografi lingkungan, budaya dan gaya hidup suatu daerah dapat menjadi masalah dalam berwirausaha karena ketidaktepatan dalam merencanakan tindakan yang diambil tanpa riset yang mendalam.
- Mengalami kerugian secara materi → masalah yang paling sering dihadapi oleh seorang wirausahawan dalam menjalankan usahanya. Banyak faktor yang mempengaruhi hal ini seperti kurang tepatnya dalam mengelola uang yang masuk atau keluar.
- Kurangnya inovasi dalam menjalankan usaha → berfikir dan mengambil keputusan yang gegabah serta mengabaikan perubahan lingkungan dan teknologi dapat menyebabkan kegagalan dalam berinovasi.

Dari sekian banyaknya masalah yang dihadapi wirausahawan yang paling sering terjadi adalah kegagalan dalam berinovasi yang akan mengakibatkan kerugian secara materi. Oleh karena itu, seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan berfikir kreatif serta terus berinovasi dalam menjalankan bisnisnya.

### C. Inovasi dalam Usaha Kuliner Masa Kini serta Padangannya dalam Psikologi social

Inovasi merupakan suatu perubahan baru yang akan mengarah pada perbaikan. Inovasi dikenalkan pada public mulai dari input sampai output dengan perubahan baru yang tampak. Dalam wirausaha, hal ini penting dilakukan demi keberlangsungan usaha tersebut. Inovasi dapat dilakukan dalam berbagai bidang usaha, salah satunya dalam bidang kuliner.

Usaha kuliner tidak akan pernah luput dari inovasi dan trobosan baru untuk memikat konsumennya. Inovasi yang dilakukan para pelaku usaha kuliner

bermacam macam bentuknya. Dimulai dari penamaan menu dari yang kreatif sampai yang seram seperti, menu dari salah satu restoran mie pedas di Indonesia yang menggunakan nama permainan unruk nama makanan pada menu mereka. Inovasi pada resep dan cita rasa baru yang belum pernah terpikirkan sebelumnya contohnya membuat spaghetti dengan menggunakan saus sarden tentu akan menghasilkan cita rasa yang baru dan unik karna sensasi yang berbeda dalam menyantapnya. Inovasi juga bisa berasal dari bahan yang sering cukup dijumpai dan sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, contohnya salah satu usaha makanan yang menjual nasi dan telur dadar yang sukses memiliki cabang dimana mana dan usaha minuman teh dengan komposisi banyak buah didalamnya yang akhirnya viral karena menciptakan trobosan yang unik bagi para pecinta teh.

Dari inovasi tersebut membuat konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut karena dianggap sebagai hal yang unik serta kekinian. Dalam psikologi social memandang hal ini kerena adanya persepsi dan kecenderungan untuk mencoba makanan yang unik atau baru tersebut. Melalui teori pembelajaran psikologi juga dapat membuat konsumen tertarik dalam mencoba kuliner kekinian yang unik dari kuliner yang sebelumnya melalui penghargaan dan pengkondisian yang dilakukan pelaku usaha kuliner dalam memperkenalkan produk makanan baru secara bertahap sehingga mempengaruhi bagaimana inovasi kuliner itu diterima. Factor emosi tertentu seperti kesenangan, kegembiraan dapat digunakan untuk membangkitkan ketertarikan pada inovasi makanan dalam bidang kuliner. Terakhir ada *Fear of Missing Out* (FOMO) yaitu fenomena psikologis yang terjadi di era digital. Segala informasi dengan mudahnya muncul dalam dunia digital termasuk tentang kuliner yang kekinian. Trend, viralitas, pemberian pengalaman unik, serta eksklusivitas suatu inovasi kuliner membuat konsumen menjadi FOMO dan pada akhirnya tertarik untuk mencoba kuliner kekinian tersebut.

## KESIMPULAN

Di era yang serba digital dengan trend dan viralitas membuat orang berlomba lomba dalam menciptakannya sesuatu yang baru, bidang kuliner pun tidak luput dari hal tersebut. Para pelaku usaha dalam bidang kuliner melakukan trobosan baru yang cukup signifikan untuk menarik minat konsumen. Psikologi memberikan padangan bahawa terobosan baru tersebut dapat mempengaruhi Perilaku baik pelaku usaha maupun konsumen dalam bidang kewirausahaan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- (and Hudaniah Dayakisni 2009) and Hudaniah Dayakisni, T. 2009. *Psikologi Sosial*.  
Aruni, Sadida Fatin, and Rahmat Hidayat. 2019. "Psikologi Peluang Kewirausahaan: Proses Kognitif Pengusaha Startup Digital Dalam Opportunity Recognition." *Jurnal Psikologi* 46 (1): 45. <https://doi.org/10.22146/jpsi.34608>.  
Indarto, Indarto, and Djoko Santoso. 2020. "Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 13 (1): 54. <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i1.2202>.  
Margareta, and Eka Liliani. 2023. "Inovasi Kepala Madrasah Dalam Mewujudkan Sekolah Yang Efektif Di Madrasah Aliyah Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar," 4–5.