

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan kepariwisataan di Indonesia dewasa ini, kemajuannya sangat pesat sekali. Ditandai dengan semakin banyak munculnya perusahaan-perusahaan, serta ditemukan teknologi-teknologi canggih dalam bidang produksi yang pada gilirannya akan mampu untuk menghasilkan produk-produk yang mempunyai kualitas lebih baik dari sebelumnya. Seiring dengan berkembangnya peradaban manusia, maka kebutuhan manusia akan semakin meningkat. Hal ini terbukti dengan banyaknya yang mendirikan jasa perjalanan, hotel, objek wisata, sentra oleh-oleh, restoran dan lain-lain. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Pariwisata juga identik dengan wisata kuliner. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat tahun 2011, “Wisata kuliner adalah wisata yang dilakukan untuk menikmati aneka ragam masakan dari berbagai daerah”. Semakin bertumbuhnya wisata kuliner mengakibatkan semakin berputarnya roda perekonomian. Dengan bertumbuhnya perekonomian, maka timbullah permintaan akan barang baru dan jasa baru. Akibatnya makin terbentang kesempatan untuk berinovasi dalam barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan guna memuaskan keinginan manusia. (Johan, 2010, hlm. 2). Semakin berkembangnya pariwisata dibidang kuliner saat ini, kemampuan perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam persaingan, maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokoknya yaitu pemasaran. Semakin tingginya persaingan tersebut menjadikan setiap perusahaan berupaya untuk meningkatkan berbagai keunggulan yang kompetitif pada produk-produk yang dihasilkannya sehingga memungkinkan untuk meraih sukses yang lebih dibanding perusahaan yang lainnya. Fenomena persaingan di era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian

Azny Ratu Nurazani, 2014

**STUDI PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK CRISPY BABY FISH DALAM UPAYA
MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN : Survey pada pengunjung Hypermart
Cianjur**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

negara manapun ke mekanisme pasar yang pada akhirnya memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Pada dasarnya kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu maka perusahaan perlu mengadakan suatu riset pemasaran dalam usahanya untuk mengetahui produk apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Dalam segi makanan olahan ikan merupakan salah satu produk yang selalu diinginkan oleh konsumen, ini dikarenakan ikan mengandung sumber protein yang tinggi yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Olahan ikan sudah banyak dipasarkan, salah satunya di Cianjur ikan diolah dengan digoreng kering menggunakan ikan yang berukuran mungil. Semenjak tahun 2008 perusahaan Suhada merupakan industri rumahan yang berinovasi untuk pertama kalinya di daerah Cianjur membuat produk olahan ikan yang berukuran mungil. Ikan mungil ini disebut *Crispy baby fish*. Produk *Crispy Baby Fish* ini merupakan olahan ikan yang bisa menjadi cemilan atau teman untuk nasi. *Crispy Baby Fish* adalah produk olahan ikan mungil segar yang diproses menggunakan penggoreng hampa sehingga melindungi rusaknya kandungan gizi dan kerasa *crispy* bila dimakan. Ikan yang digunakan adalah ikan mas. Ikan mas mengandung nutrisi tinggi yang berguna untuk pertumbuhan dan ketahanan tubuh. Sehingga ikan baik untuk dikonsumsi setiap hari. Kandungan gizi pada ikan mas dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.1
Kandungan gizi yang terdapat pada ikan mas :

Kandungan Gizi dalam Ikan Mas	
Protein	4,5 gram
Karbohidrat	23,1 gram
Lemak	0,2 gram
Kalori	95 kalori
Fosfor (P)	134 mg
Kalsium (Ca)	42 mg
Besi (Fe)	1 mg
Vitamin B1	0,22 mg

Air	71 mg
-----	-------

Sumber : (Direktorat Gizi Departemen Kesehatan RI, 1: 2012)

Ikan mas memiliki kandungan protein yang tinggi tetapi rendah lemak sehingga cocok untuk diet. Kalsium yang terkandung dalam *crispy baby fish* memiliki kalsium yang tinggi yang bermanfaat untuk tulang. Sehingga cocok untuk dikonsumsi oleh semua kalangan khususnya anak-anak. Ikan ini sangat banyak diminati oleh berbagai kalangan, tetapi volume penjualan *crispy baby fish* ini masih fluktuatif. Dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.2
Volume Penjualan Crispy Baby Fish Suhada per tahun

Tahun	Penjualan	Persentase %
2009	Rp 126.024.500	17,38
2010	Rp 168.733.500	23,27
2011	Rp 197.659.400	27,26
2012	Rp 120.457.500	16,61
2013	Rp 112.135.250	15,47
Total	Rp 725.010.150	100

Sumber : Baby Fish Suhada, 2014

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa penjualan *crispy baby fish* Suhada mengalami penjualan yang fluktuatif, dimana penjualan hanya pada tahun-tahun tertentu saja yang jumlahnya cukup besar, yaitu pada tahun 2009, 2010, 2011 yang mencapai lebih dari 27% sedangkan pada tahun 2012 dan 2013 omzet penjualannya menurun, sehingga dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian pelanggan terhadap *crispy baby fish* Suhada cenderung tidak stabil. Situasi pasar sekarang menunjukkan tingkat persaingan yang sangat tinggi. Kondisi ini disebabkan oleh banyaknya perusahaan yang memproduksi produk *crispy baby fish* yang sama dan kejenuhan akan produk tersebut. Berdasarkan hasil wawancara penilaian dari owner *Crispy Baby Fish* Suhada Cianjur yang bernama Bapak Ayi Solihin pada hari minggu, 24 November 2013 mengemukakan terdapat beberapa masalah yang kerap menyebabkan penjualan menurun diantaranya konsumen jenuh terhadap produk *crispy baby fish* yang

Azny Ratu Nurazani, 2014

**STUDI PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK CRISPY BABY FISH DALAM UPAYA
MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN : Survey pada pengunjung Hypermart
Cianjur**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sudah lama dipasaran. Tidak ada variasi terhadap produk *crispy baby fish* sehingga dapat membuat konsumen jenuh. Keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin lama semakin bertambah pada suatu saat juga dapat mengalami puncak kejenuhan terhadap suatu produk yang sudah lama berada dipasaran. Perusahaan harus sensitif terhadap keadaan pasar yang seperti ini, dimana tingkat penjualan produknya akan semakin menurun karena konsumen menginginkan produk baru yang lebih menarik. Hal ini sangat disayangkan, terutama mengingat betapa besar peranan gizi ikan bagi kesehatan.

Dilihat dari masalah yang ada perlu adanya penyelesaian masalah-masalah tersebut dimana apabila masalah tersebut dibiarkan akan membuat perusahaan Suhada tersebut dalam beberapa hitungan tahun kedepan akan berada dalam masalah yang sangat besar bahkan apabila masalah tersebut tidak diperhatikan akan membuat perusahaan Suhada tersebut *collapse*. Oleh karena itu perusahaan Suhada harus melakukan pengembangan diversifikasi produk dengan cara membuat produk yang lebih variasi, pengembangan diversifikasi produk merupakan upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan dan peningkatan penjualan. Jadi pengembangan diversifikasi produk erat sekali kaitannya peningkatan volume penjualan, dengan adanya pengembangan diversifikasi produk suatu perusahaan mengalami kemajuan yang lebih dibanding dengan perusahaan yang tidak mendiversifikasikan produknya.

Menurut Handoko (2000. Hlm. 46) mengemukakan bahwa “apabila dilihat dari sudut pandang pemasaran kebaikan diversifikasi produk adalah kemampuan untuk menawarkan lebih banyak pilihan kepada para pelanggan. Pemasaran sering berpendapat bahwa penjualan akan turun bila perusahaan tidak menjual produk sebanyak yang dijual pesaingnya”. Diversifikasi produk dapat dilakukan oleh produk barang atau jasa. Diversifikasi produk dilakukan dengan cara membuat produk yang lebih bervariasi.

Menurut Tjiptono (2008. Hlm. 132) diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu : Diversifikasi konsentris, Diversifikasi horizontal dan Diversifikasi konglomerat.

Sehingga upaya yang dilakukan oleh Perusahaan *crispy baby fish* Suhada Cianjur untuk memecahkan masalah yang ada yaitu berupa pengembangan diversifikasi produk melalui satu cara, yaitu diversifikasi konsentris. Pengembangan diversifikasi konsentris pada produk *crispy baby fish* dilakukan dengan cara penambahan berbagai aneka rasa sambal tradisional khas Indonesia yaitu (sambal balado, sambal kencur dan sambal ijo) sebagai alternatif makanan siap saji, sehingga akan lebih praktis.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu diadakan suatu penelitian mengenai “Studi Pengembangan Diversifikasi Produk *Crispy Baby Fish* Dalam Upaya Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian”

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi dan dirumuskan masalah dibawah ini :

1. Bagaimana gambaran diversifikasi produk *crispy baby fish* Suhada Cianjur dengan menggunakan tiga macam sambal?
2. Bagaimana gambaran proses keputusan pembelian terhadap produk *crispy baby fish* dengan menggunakan tiga macam sambal?
3. Bagaimana gambaran diversifikasi produk terhadap proses keputusan pembelian produk *crispy baby fish* dengan menggunakan tiga macam sambal?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini, antara lain yang dapat diuraikan dibawah ini :

1. Untuk memperoleh hasil temuan mengenai diversifikasi produk *crispy baby fish* dengan menggunakan tiga macam sambal.
2. Untuk memperoleh hasil temuan mengenai proses keputusan pembelian produk *crispy baby fish* dengan menggunakan tiga macam sambal.

3. Untuk memperoleh hasil temuan mengenai diversifikasi produk terhadap proses keputusan pembelian produk *crispy baby fish* dengan menggunakan tiga macam sambal.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu khususnya dalam bidang produksi dan manajemen pemasaran.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi dunia praktis dilapangan, ataupun menjadi bahan masukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *crispy baby fish*.