

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dalam pergerakan perekonomian suatu negara pada abad ke-21, bersamaan dengan industri telekomunikasi dan teknologi informasi. Hal ini diungkapkan *World Tourism and Trade Center* (WTC), dari ekspor barang dan jasa pada umumnya berasal dari sektor pariwisata dimana pariwisata itu sendiri penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional.

Menurut Undang-Undang RI No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menjelaskan bahwa wisata adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi suatu tempat untuk rekreasi, ataupun untuk mempelajari tentang keunikan daya tarik wisata dalam jangka waktu yang sementara.

Dalam menjalankan perannya, industri pariwisata harus menerapkan konsep dan menaati semua peraturan serta panduan yang berlaku di dalam pengembangan pariwisata. Tujuannya yaitu agar mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang nantinya memberi dampak perekonomian bagi industri pariwisata dan masyarakat lokal itu sendiri terutama di Negara Indonesia.

Indonesia adalah sebuah negara kepulauan yang kaya akan kesenian, adat-istiadat, suku bangsa, bahasa daerah, serta kuliner yang dimiliki oleh setiap daerah lainnya yang ada di Indonesia. Semua potensi tersebut harus dikemas menjadi daya tarik wisata agar wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara tertarik untuk melakukan kunjungan ke berbagai daya tarik wisata yang ada di Indonesia. Tingkat perkembangan wisatawan nusantara mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Tabel 1.1 disajikan data perkembangan wisatawan nusantara dari tahun 2008 hingga tahun 2013.

TABEL 1.1
PERKEMBANGAN WISATAWAN NUSANTARA
TAHUN 2008-2013

Tahun	Perjalanan (ribuan)	Rata-rata Perjalanan (kali)	Pengeluaran Per Perjalanan (ribu Rp)	Total Pengeluaran (triliun Rp)
2008	225,041	1,92	547.33	123,17
2009	229,331	1,92	600.30	137,91
2010	234,377	1,92	641.76	150,41
2011	236,752	1,94	679.58	160,89
2012	245,290	1,98	700.00	171,70
2013*)	248,243	1,98	733.97	178,87

Sumber: Pusdatin Kemenparekraf dan BPS

Keterangan: *) Angka Estimasi

Tabel 1.1 menjelaskan wisatawan nusantara dari tahun 2008 hingga tahun 2012 terus mengalami peningkatan. Menurut Menparekraf, kenaikan kunjungan tidak hanya terjadi pada kunjungan dari wisatawan mancanegara saja, wisatawan nusantara mengalami kenaikan di tahun 2013 yaitu sebesar 248 juta perjalanan dari 245 juta perjalanan pada tahun 2012 (Sumber: www.haluankepri.com). Tingkat kunjungan wisatawan nusantara harus dipertahankan dan ditingkatkan agar pariwisata di Indonesia semakin maju, selain itu wisatawan nusantara berperan juga sebagai sumber Pendapatan Anggaran Daerah (PAD).

Provinsi DKI Jakarta memiliki berbagai jenis wisata pilihan yang dapat dikunjungi wisatawan, mulai dari taman rekreasi, aktivitas belanja, ragam makanan, wisata budaya, dan wisata bahari. DKI Jakarta sebagai provinsi yang memiliki berbagai macam atraksi yang menarik untuk dikunjungi telah memenuhi syarat untuk dikategorikan sebagai Destinasi Pariwisata, dimana DKI Jakarta memiliki daya tarik wisata, fasilitas umum, aksesibilitas, serta masyarakat yang dikenal ramah terhadap wisatawan.

Provinsi DKI Jakarta merupakan salah satu Destinasi yang banyak diminati oleh wisatawan, wisatawan yang datang ingin menikmati berbagai macam daya tarik

wisata, mulai dari taman rekreasi, aktivitas belanja, ragam makanan, wisata budaya, dan wisata bahari. Tabel 1.2 disajikan data kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Provinsi DKI Jakarta mulai tahun 2010 hingga tahun 2014.

TABEL 1.2
WISATAWAN NUSANTARA YANG DATANG KE DKI JAKARTA
TAHUN 2010-2014

Tahun	Wisatawan Nusantara
2010	1.786.472
2011	1.921.113
2012	2.048.123
2013	2.277.931
*2014	325.987

Sumber: <http://jakarta.bps.go.id/>

Keterangan: *) Hingga Bulan Februari

Tabel 1.2 tersebut menunjukkan bahwa angka mengenai jumlah wisatawan nusantara mengalami kenaikan mulai dari tahun 2010 hingga tahun 2013, namun wisatawan nusantara pada tahun 2014 mulai bulan Januari hingga bulan Februari. Wisatawan yang berkunjung pasti menyadari, bahwa banyak sekali keanekaragaman daya tarik wisata yang ada di Provinsi DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan dengan adanya kondisi jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara diharapkan dapat memberikan keuntungannya bagi Provinsi DKI Jakarta dari pendapatannya.

Jakarta Selatan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari wilayah DKI Jakarta yang juga menjadi Ibukota Negara Indonesia dituntut untuk terus menerus mengembangkan dirinya sesuai dengan dinamika pembangunan yang berkembang dan semakin maju akan keanekaragaman daya tarik wisata yang tersedia. Banyak restoran yang ada di Jakarta Selatan yang menawarkan berbagai macam makanan, mulai dari makanan khas kota Jakarta dengan keunikannya hingga makanan luar (western) juga tersedia di kota tersebut.

Banyak faktor yang menjadi daya tarik wisatawan datang ke Jakarta Selatan, yaitu adanya fasilitas yang lengkap, seperti pusat perbelanjaan, tempat hiburan,

wisata bahari, dan wisata kuliner. Tabel 1.3 disajikan data kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Jakarta Selatan mulai dari tahun 2010 hingga tahun 2013.

TABEL 1.3
WISATAWAN NUSANTARA YANG DATANG KE KOTA JAKARTA SELATAN TAHUN 2010-2013

Tahun	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)
2010	357.294	-
2011	384.222	7,5
2012	409.624	6,6
2013	455.586	11,2

Sumber: disbudpar Kota Jakarta Selatan 2014

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Jakarta Selatan selalu meningkat setiap tahunnya, mulai dari tahun 2010 hingga tahun 2013. Pertumbuhan wisatawan nusantara dari tahun 2010 ke tahun 2011 naik sebesar 7,5%, dari tahun 2011 ke tahun 2012 naik sebesar 6,6% dan dari tahun 2012 ke tahun 2013 naik sebesar 11,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa wisatawan nusantara sangat tertarik untuk datang ke Jakarta Selatan untuk menikmati daya tarik wisata yang tersedia.

Jakarta Selatan merupakan salah satu daerah daya tarik wisata yang terkenal akan keanekaragaman wisata kuliner. Total restoran dan rumah makan yang ada di Jakarta Selatan meningkat setiap tahunnya. Wisatawan yang datang kebanyakan memilih masakan khas dari kota Jakarta itu sendiri, karena makanan khas kota Jakarta memiliki keunikan tersendiri dan berbeda dari kota lainnya. Tabel 1.4 disajikan data restoran dan rumah makan di Jakarta Selatan mulai dari tahun 2011 hingga tahun 2013.

TABEL 1.4
DATA JUMLAH RESTORAN DAN RUMAH MAKAN DI JAKARTA SELATAN TAHUN 2011-2013

Tahun	Restoran	Pertumbuhan (%)	Rumah Makan	Pertumbuhan (%)
2011	174	-	322	-

2012	209	20,1	387	20,2
2013	240	14,8	416	7,5

Sumber: disbudpar Kota Jakarta Selatan 2014

Berdasarkan tabel 1.4 diatas dapat diketahui bahwa industri restoran atau kuliner di Jakarta Selatan mempunyai potensi yang cukup baik dan dapat menjadi bisnis yang menguntungkan. Pertumbuhan restoran dari tahun 2011 ke tahun 2012 naik sebesar 20,1% dan dari tahun 2012 ke tahun 2013 naik sebesar 14,8%. Sedangkan pertumbuhan rumah makan dari tahun 2011 ke tahun 2012 naik sebesar 20,2% dan dari tahun 2012 ke tahun 2013 naik sebesar 7,5%. Dilihat dari data tersebut, jumlah restoran dan rumah makan meningkat setiap tahunnya. Secara ekonomi, wisata kuliner sebagai wisata yang dapat memberikan keuntungan bagi Jakarta Selatan karena diantara jenis wisata yang lain, karena wisata kuliner menjadi salah satu wisata yang menjadi kebutuhan wisatawan saat mengunjungi suatu tempat.

Wisata kuliner adalah wisata yang dulunya hanya menjadi kebutuhan dasar para wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat, namun sekarang wisatawan datang ke suatu tempat tersebut untuk menikmati wisata kuliner yang ada. Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi atau mewah, semua itu membutuhkan pengolahan yang serba enak.

Salah satu kuliner yang ditawarkan atau yang bisa wisatawan temukan di Jakarta Selatan adalah bakso. Bakso merupakan makanan yang sangat populer dikalangan masyarakat Indonesia. Makanan yang terbuat dari daging yang dihaluskan ini, memiliki cita rasa yang sangat lezat. Mulai dari anak-anak hingga orang tua, baik kalangan bawah hingga kalangan atas sangat menyukai makanan tersebut. Bakso sangat cocok disantap saat cuaca dingin maupun panas, dengan meminum sedikit kuahnya kita bisa merasa hangat dan bersemangat.

Rumah Makan Bakso Atom adalah salah satu wisata kuliner yang menyajikan produk bakso yang sehat dan berbahan baku berkualitas dengan berbagai inovasi produk yang ditawarkan, Rumah Makan Bakso Atom juga telah adanya izin berdiri dari BPPOM yang menyatakan bahwa produk bakso Rumah Makan Bakso Atom layak untuk di konsumsi. Produk bakso yang dibuat oleh Rumah Makan Bakso Atom berbeda dengan rumah makan bakso lainnya, karena produk bakso ini menyajikan produk bakso yang unik dengan berbagai inovasi dari segi rasa, bentuk dan ukuran untuk ditawarkan kepada wisatawan.

Banyaknya rumah makan yang berdiri dibidang industri kuliner yang menawarkan produk serupa yaitu *bakso*, menunjukkan bahwa dalam industri tersebut mempunyai tingkat pesaing yang sangat kuat. Mengingat tingginya persaingan mendorong rumah makan-rumah makan tersebut untuk melakukan berbagai strategi untuk memenangkan persaingan. Strategi pemasaran yang tepat sasaran dapat membuat suatu rumah makan tetap menjadi pilihan konsumennya. Tabel 1.5 disajikan data yang menunjukkan persaingan/kompetitor dari Rumah Makan Bakso Atom dengan jenis produk yang sama.

TABEL 1.5
DATA PESAING/KOMPETITOR DARI
RUMAH MAKAN BAKSO ATOM CIPUTAT JAKSEL

Tahun	Nama Restoran	Tahun Berdiri
1	Bakso Malang Karapitan	1997
2	Bakso Lapangan Tembak Senayan	1972
3	Bakso Atom	2002
4	Es Teler 77	1981
5	MM Juice	1958

Sumber: Hasil Wawancara dari pihak *Marketing* Bakso Atom

Tabel 1.5 menunjukkan nama-nama rumah makan yang menjadi pesaing/kompetitor dari Rumah Makan Bakso Atom, yaitu: Bakso Malang Karapitan, Bakso Lapangan Tembak Senayan, Es Teler 77 dan MM Juice. Rumah makan-rumah

makan tersebut menjadi pesaing Rumah Makan Bakso Atom karena memiliki beberapa produk yang sama, tetapi produk yang dimiliki oleh Rumah Makan Bakso Atom unik karena adanya inovasi dari segi rasa, bentuk dan ukuran sehingga dapat menarik para konsumen untuk datang menikmati produk bakso Rumah Makan Bakso Atom.

Rumah Makan Bakso Atom berdiri pada tahun 2002 dan bertempat di Jln. Ir. H. Juanda No 1 Ciputat, Jakarta Selatan. Rumah Makan Bakso Atom merupakan rumah makan terbesar pertama di daerah Ciputat Jakarta Selatan. Tabel 1.6 disajikan data jumlah kunjungan produk bakso di Rumah Makan Bakso Atom mulai dari tahun 2010 hingga tahun 2013.

TABEL 1.6
DATA JUMLAH KUNJUNGAN PRODUK BAKSO
DI RUMAH MAKAN BAKSO ATOM CIPUTAT JAKARTA SELATAN

No	Tahun	Jumlah
1	2010	67.852
2	2011	69.649
3	2012	66.312
4	2013	66.149

Sumber: *Marketing* Rumah Makan Bakso Atom

Tabel 1.6 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan di Rumah Makan Bakso Atom mengalami kenaikan dari tahun 2010, pada tahun 2010 sebanyak 67.852 konsumen dan pada tahun 2011 sebanyak 69.649 konsumen. Sedangkan pengunjung tahun 2011 hingga 2013 mengalami penurunan, pada tahun 2011 sebanyak 69.649 konsumen, pada tahun 2012 sebanyak 66.312 konsumen dan pada tahun 2013 hanya sebanyak 66.149 konsumen.

Konsumen yang datang untuk membeli produk bakso RMBA awalnya hanya konsumen yang berasal dari daerah sekitarnya saja, namun seiring berjalannya waktu konsumen yang datang juga berasal dari luar daerah Ciputat. Tabel 1.7 disajikan data

jumlah pembelian produk bakso di Rumah Makan Bakso Atom mulai dari tahun 2010 hingga tahun 2013.

TABEL 1.7
DATA JUMLAH PEMBELIAN PRODUK BAKSO
DI RUMAH MAKAN BAKSO ATOM CIPUTAT JAKARTA SELATAN

Tahun	Jumlah	Pertumbuhan (%)	Target Penjualan Produk
2010	65.520	-	65.000
2011	68.047	3,86	67.500
2012	69.760	2,52	70.000
2013	71.281	2,18	73.000

Sumber: *Marketing* Rumah Makan Bakso Atom

Tabel 1.7 menunjukkan bahwa jumlah pembelian produk bakso oleh konsumen Rumah Makan Bakso Atom mengalami kenaikan dari tahun 2010 hingga tahun 2013, namun bila dilihat dari pertumbuhannya mengalami penurunan. Pertumbuhan jumlah pembelian produk oleh konsumen tersebut dari tahun 2010 ke tahun 2011 sebesar 3,86%, dari tahun 2011 ke tahun 2012 sebesar 2,52% dan dari tahun 2012 ke tahun 2013 hanya sebesar 2,18%. Dilihat dari target penjualan produk di RMBA, RMBA memiliki target untuk menaikkan jumlah penjualan produk bakso setiap tahunnya.

Rumah Makan Bakso Atom memiliki produk bakso inti yang dibuat sejak rumah makan tersebut berdiri pada tahun 2002, ada 5 produk inti di Rumah Makan Bakso Atom diantaranya: bakso atom, bakso telur ayam kampung, bakso tahu, bakso urat dan bakso daging. Tidak hanya itu, Rumah Makan Bakso Atom juga melakukan berbagai inovasi produk dari tahun ke tahun. Tabel 1.8 disajikan data inovasi produk di Rumah Makan Bakso Atom mulai dari tahun 2004 hingga tahun 2014.

TABEL 1.8
DATA INOVASI PRODUK
DI RUMAH MAKAN BAKSO ATOM CIPUTAT JAKARTA SELATAN
TAHUN 2004-2014

No	Inovasi Produk	Tahun
1	Baksomay	2004
2	Bakso Tahu Udang	2004
3	Batagor	2006
4	Bakso Sumsum	2006
5	Bakso Buntel	2008
6	Bakso Jamur	2008
7	Bakso Keju	2010
8	Bakso Sutera	2010
9	Bakso Madu	2013
10	Bakso Burger	2013
11	Siomay	2014
12	Tahu Siomay	2014
13	Swekiau	2014

Sumber: *Marketing* Rumah Makan Bakso Atom

Tabel 1.8 menunjukkan berbagai inovasi produk yang dilakukan oleh Rumah Makan Bakso Atom. Implementasi yang ada di Rumah Makan Bakso Atom meliputi keunggulan relatif dari produk Rumah Makan Bakso Atom yaitu menjual produk yang berbeda dengan rumah makan bakso lainnya, karena di Rumah Makan Bakso Atom menjual produk dengan inovasi dari segi rasa, jenis, bentuk dan ukuran. Kompabilitas/kesesuaian produk dengan rasa juga sangat baik, sehingga konsumen tidak ragu untuk menikmati produk di Rumah Makan Bakso Atom. Komunikabilitas/komunikasi yang disampaikan pihak Rumah Makan Bakso Atom kepada pelanggan sudah cukup jelas, karena pelayan memberikan informasi kepada pelanggan secara langsung. Upaya yang dilakukan RMBA tersebut tentu diharapkan

dapat meningkatkan jumlah pembelian oleh konsumen, sehingga Rumah Makan Bakso Atom bisa mencapai target penjualan yaitu sebanyak 75.000 produk di tahun 2014.

Penting untuk Rumah Makan Bakso Atom untuk mengenali pasar secara tepat, mengikuti fenomena dan trend yang sedang terjadi dan berkembang dalam dunia global. Salah satu upaya yang dilakukan Rumah Makan Bakso Atom, dalam strategi *marketing* adalah melalui *product innovation*, dimana inovasi yang dilakukan oleh Rumah Makan Bakso Atom sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menikmati produk bakso yang berbeda dari rumah makan bakso lainnya.

Adanya *product innovation* di Rumah Makan Bakso Atom diharapkan dapat meningkatkan jumlah pembelian produk bakso sehingga perusahaan akan mendapatkan *profit* yang maksimal. Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut menunjukkan bahwa permasalahan keputusan pembelian produk dipengaruhi oleh inovasi produk yang ditawarkan dimana produk yang ditawarkan oleh perusahaan harus bisa sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen, maka perusahaan melakukan inovasi pada produk yang ditawarkan. Dalam hal ini penulis merasa perlu melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana **“PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Terhadap Wisatawan yang Membeli Produk di Rumah Makan Bakso Atom Ciputat, Jakarta Selatan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Inovasi Produk di Rumah Makan Bakso Atom Ciputat Jakarta Selatan.
2. Bagaimana Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bakso Atom Ciputat Jakarta Selatan.

3. Bagaimana Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bakso Atom Ciputat Jakarta Selatan.

1.3 Tujuan Penelitian

Adanya tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai Inovasi Produk di Rumah Makan Bakso Atom Ciputat Jakarta Selatan.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bakso Ciputat Jakarta Selatan.
3. Untuk memperoleh temuan mengenai Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bakso Atom Ciputat Jakarta Selatan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memperluas kajian mengenai ilmu kepariwisataan di Program Manajemen Pemasaran Pariwisata, khususnya pada Manajemen Pemasaran Food and Beverage serta akan memberikan gambaran mengenai inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Bakso Atom Ciputat Jakarta Selatan.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi Rumah Makan Bakso Atom dalam upaya meningkatkan penjualan produk bakso serta menjadikan Rumah Makan Bakso Atom sebagai salah satu rumah makan yang diminati oleh para konsumen.