

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah negara yang besar mulai dari sumber daya alam, penduduk, luas wilayah, agama, seni budaya dan adat istiadat yang beraneka ragam atau yang sering disebut pluralistik. Mulai dari budaya lokal dimana biasanya tumbuh dan berkembang dalam suatu masyarakat suku daerah tertentu kemudian ada tentang budaya daerah merupakan kebiasaan yang mengandung nilai-nilai penting dan fundamental. Maka dari itu pariwisata di Indonesia harus selalu dikembangkan dan dijaga kelestariannya dengan memperkenalkan beragam kebudayaan yang menjadi ciri khas bangsa melalui apapun itu. Misalnya melalui makanan khasnya, adat istiadat dari setiap daerahnya dan berbagai macam hal lainnya yang dapat dikenalkan sekaligus untuk mempertahankan kebudayaan itu sendiri.

Menurut (Menteri Hukum dan HAM RI, 2009) Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan wisata yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Tujuan dari pariwisata adalah melepas rasa penat setelah melakukan aktivitas rutin. Sehingga pariwisata menjadi kebutuhan bagi setiap manusia.

Pariwisata sebagai penggerak sektor ekonomi dapat menjadi solusi bagi pemerintah dalam meningkatkan pembangunan ekonomi. Sektor pariwisata tidak hanya menyentuh kelompok-kelompok ekonomi tertentu tetapi dapat menjangkau sampai kalangan bawah. Menurut Kepala BKPM Thomas Trikasih Lembong, sektor pariwisata tumbuh 14%-17% per tahun. Pertumbuhan Indonesia berada di level 5,3% pada tahun 2018. Sektor pariwisata diperkirakan mampu menyumbangkan produk domestik bruto sebesar 15% Rp. 280 triliun untuk devisa negara, 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara, 275 juta perjalanan wisatawan nusantara dan menyerap 13 juta tenaga kerja pada tahun 2019, pariwisata akan menjadi penghasil devisa negara terbesar.

Yani Selviani, 2019

PENGARUH BRAND POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN SINDANG RERET LEMBANG

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

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Di Provinsi Jawa Barat 2013-2017

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Domestik	
1 2013	1.794.401	45.536.179	47.330.580
2 2014	1.962.639	47.992.088	49.992.088
3 2015	2.027.629	56.334.706	56.334.706
4 2016	4.428.094	58.728.666	63.156.760
5 2017	4.984.035	59.644.070	64.628.105

Sumber : (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2019)

Berdasarkan tabel 1.1 data statistik yang menunjukkan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun terus mengalami kenaikan. Ini merupakan salah satu kekuatan untuk mengembangkan potensi pariwisata di Jawa Barat dengan memanfaatkan pemandangan alamnya yang terkenal salah satunya adalah Lembang. Selain itu terdapat wisata kuliner khas parahyangan yang menjadikan Jawa Barat sebagai salah satu industri kuliner tradisional yang dicari oleh para wisatawan dalam negeri dan luar negeri.

Menurut (Menteri Kesehatan Republik & Indonesia, 1989) tentang persyaratan restoran, yang dimaksud restoran adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum ditempat usahanya.

Sebuah restoran harus memiliki hubungan baik dengan konsumennya agar konsumen merasa nyaman dan menjadi pelanggan loyal. Sebuah perusahaan harus mempunyai cara promosi yang kreatif dan mempunyai keunggulan dibanding restoran lainnya untuk mendapatkan konsumen. Inilah yang harus dipunyai oleh setiap restoran agar pelanggan mengetahui informasi dan merasa nyaman serta percaya terhadap restoran tertentu.

Tabel 1.2 Restoran dan Rumah Makan Di Bandung Barat 2018

No	Restoran dan Rumah Makan	Alamat
1	Restoran Kampung Daun	Villa Trinity, Jalan Sersan Bajuri Km.4,7 Parongpong
2	Sindang Reret Lembang	Jl.Cikole KM.22, Lembang
3	Warung Salse	Jl. Dago Giri No. 101, Mekarwangi, Lembang
4	Imah Seniman	Jl. Kolonel Masturi, GudangKahuripan, Lembang
5	Restoran Burgundy	Jl. Raya Maribaya No.163, Langensari, Lembang
6	The Park Resort Dining	Jl. Desa Karyawangi, KM.6, 8/388, Karyawangi, Lembang
7	Welfed Restaurant	Villa Trinity, Jalan Sersan Bajuri Km.4,7 Parongpong
8	Dusun Bambu	Jl. Kolonel Masturi KM.11, kertawangicisarua
9	Sapu Lidi Restaurant	Komplek Graha Puspa Jl. Sersan Bajuri, Lembang
10	Rumah Makan Ayam Goreng Bresbes	Jl. Raya Lembang No 272 Gudangkahuripan, Lembang
11	Balcony Dine & Wine	Jl.Sersan Bajuri No 100 Lembang
12	Rumah Stoberi	Jl. Cigugurgirang 145 Parongpong
13	Kampung Legok	Jl. Kol Masturi desa Sukajaya, Lembang
14	RM Ibu Haji Cijantung (Ciganea)	Jl. Raya Lembang No 157
15	Rumah Makan Saung Pengkolan 1	JL. Raya Lembang KM.12,3 No 35 Lembang
16	Rumah Makan Ma'Pinah	Jl. Maribaya Lembang
17	Api unggun	Jl. Raya Lembang No 177B
18	Rumah Makan Saung Pengkolan 2	Jl. Tangkuban Perahu No 81 Lembang

Sumber: *Profil Kepariwisata Kabupaten Bandung Barat (Barat, 2018)*

Menurut tabel 1.2 di atas merupakan daftar restoran yang berada di daerah Lembang. Potensi wisata di Lembang memiliki daya tarik wisata tersendiri mulai dari wisata edukasi, wisata kuliner, wisata alam dan mempunyai kesuburan dalam lahan pertanian. Keindahan dan kesejukan iklim itu menjadi motivasi wisatawan untuk berkunjung ke daerah Lembang.

Para pelaku makanan dan minuman ditantang untuk mempunyai menu yang unik dan *positioning* yang jelas sehingga konsumen bisa membedakan dengan para pesaing yang lain apalagi sekarang makanan dan minuman menjadi kebutuhan untuk para konsumen yang mencari tempat makan yang bertemakan

makanan khas sunda. Salah satu nya adalah Restoran Sindang Reret yang berada di Jalan. Raya Tangkuban Perahu, Cikole KM. 22, Lembang, Jawa Barat 40391.

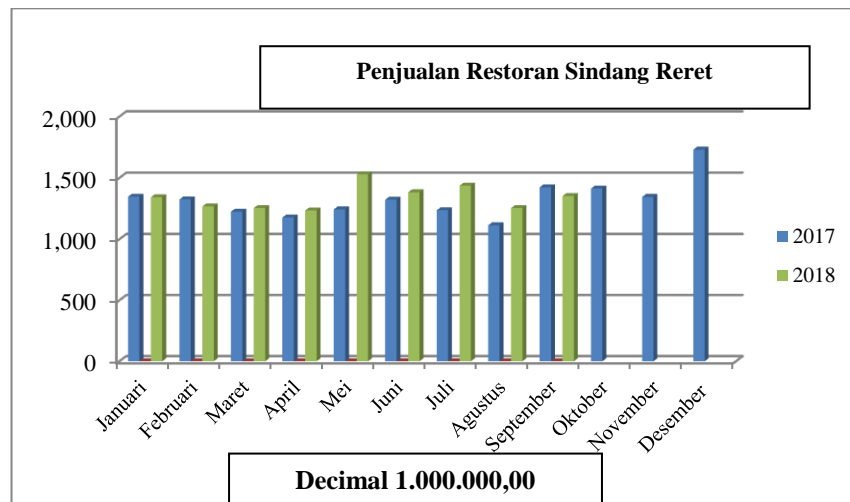
Restoran kini tidak hanya dijadikan sebagai tempat makan namun kini dijadikan sebagai tempat berkumpul, hiburan untuk menghilangkan rasa penat. Kebanyakan restoran kini merubah konsepnya demi menarik para konsumen. Berdasarkan wawancara terhadap *Asisten Manajer Food and Beverage* Restoran Sindang Reret salah satu menunya adalah dengan hidangan menu khas Parahyangan dengan menu andalan Gurame Saus Mangga muda segar sehingga membuat konsumen ketagihan untuk mencoba lagi. Restoran ini merupakan yang paling diminati oleh para wisatawan yang berkunjung ke Lembang

**Tabel 1.3 Penjualan Restoran Sindang Reret
tahun 2017-September 2018**

Bulan	Penjualan	Jumlah Tamu	PenurunanKenaikan
Januari	1,345,564,302	13,733	
Februari	1,324,273,544	13,798	-2%
Maret	1,224,653,667	12,487	-8%
April	1,177,633,432	11,634	-4%
Mei	1,243,662,444	12,384	5%
Juni	1,322,435,675	13,456	6%
Juli	1,236,454,566	12,257	-7%
Agustus	1,113,342,522	11,323	-11%
September	1,423,462,512	14,665	22%
Oktober	1,413,834,532	15,373	-1%
Nopember	1,345,745,334	14,555	-5%
Desember	1,730,242,688	17,234	22%
Januari	1,342,564,553	14,381	
Februari	1,267,273,223	13,443	-6%
Maret	1,254,653,689	13,581	-1%
April	1,234,773,659	12,668	-2%
Mei	1,528,562,543	15,936	19%
Juni	1,382,435,637	13,429	-11%
Juli	1,436,245,756	14,826	4%
Agustus	1,253,342,897	12,738	-15%
September	1,352,887,981	13,527	7%

Sumber :Asisten Manajer food and Beverage Sindang Reret, 2018

Adapun untuk lebih jelasnya bisa liat grafik gambar 1.1 sebagai berikut :



Berdasarkan data yang terdapat pada Tabel 1.3 dan Gambar 1.1 di atas dapat dilihat bahwa Sindang Reret mengalami penjualan fluktuatif tiap bulannya hal tersebut bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti munculnya restoran baru dengan konsep dan tema yang sama. Selain perkembangan restoran faktor alam juga dapat mempengaruhi jumlah tamu yang datang ke restoran.

Kota Bandung memiliki salah satu kriteria dan karakteristik untuk menjadi kota gastronomi karena dapat memperoleh pengakuan dari dunia internasional dengan adanya restoran yang menjadi kegiatan wisata gastronomi yang mempunyai nilai budaya dan kultur. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya pertumbuhan restoran dan rumah makan yang dipengaruhi oleh ragam budaya yang mempengaruhi tentang sejarah perkembangan gastronomi di Kota Bandung.

Restoran Sindang Reret merupakan salah satu restoran kelas menengah ke atas terletak di kawasan Cikole Lembang. Sebuah tempat yang nyaman, aman dan damai bagi setiap orang yang berkunjung. Upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke Restoran Sindang Reret selain pemasaran, periklan dan promosi strategi yang digunakan dengan memanfaatkan suasana yang sejuk di lereng gunung tangkuban perahu yang ada di Sindang Reret. Maka restoran mengambil strategi *positioning*

Menurut Wijanarko (2004 hlm 143), posisi merek adalah posisi relatif merek kita di antara merek pesaing di dalam persepsi konsumen. Ada lima prinsip yang dapat dipakai untuk melihat penempatan posisi merek yaitu nilai, keunikan, kredibilitas, keberlanjutan dan kesesuaian. Indikator Restoran Sindang Reret dalam memposisikan merek adalah dengan cara menawarkan keunikan yang berbeda, menjaga kredibilitas, berusaha mengkomunikasikan merek dan menyesuaikan antara kerja manajemen dan posisi merek.

Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke Restoran Sindang Reret, baik itu konsumen lokal ataupun wisatawan yang berkunjung ke Bandung, dalam hal ini menunjukkan bahwa *marketing* memiliki kontribusi dalam menjalankan perannya.

Kegiatan-kegiatan untuk mengetahui seberapa efektifnya maka perlu diadakan penelitian. Diharapkan program-program yang dilaksanakan telah sesuai dan dapat diterima oleh konsumen. Adapun berdasarkan latar belakang maka perlu diadakan suatu penelitian tentang **“Pengaruh Brand Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Sindang Reret Lembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang di atas penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan *brand positioning* di Restoran Sindang Reret terhadap Wisata Gastronomi?
2. Bagaimana gambaran *brand positioning* di Restoran Sindang Reret?
3. Bagaimana gambaran keputusan pembelian di Restoran Sindang Reret?
4. Bagaimana pengaruh *brand positioning* terhadap keputusan pembelian Restoran Sindang Reret?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Mengetahui hubungan *brand positioning* di Restoran Sindang Reret terhadap Wisata Gastronomi.
2. Mengetahui gambaran *brand positioning* di Restoran Sindang Reret.
3. Mengetahui gambaran keputusan pembelian di Restoran Sindang Reret.
4. Mengetahui pengaruh *brand positioning* terhadap keputusan pembelian Restoran Sindang Reret.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan terhadap pengembangan manajemen terutama manajemen pemasaran. Peneliti memfokuskan khususnya kepada keputusan pembelian melalui strategi *Brand positioning*, dan sebagai wujud penguatan pendidikan yang berkaitan dengan kepariwisataan khususnya bidang Industri Wisata Gastronomi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Restoran Sindang Reret melalui *brand positioning* yang terdiri dari nilai, keunikan, kredibilitas, berkelanjutan, dan kesesuaian, sebagai upaya meningkatkan keputusan pembelian di Restoran Sindang Reret.

