

BAB 1

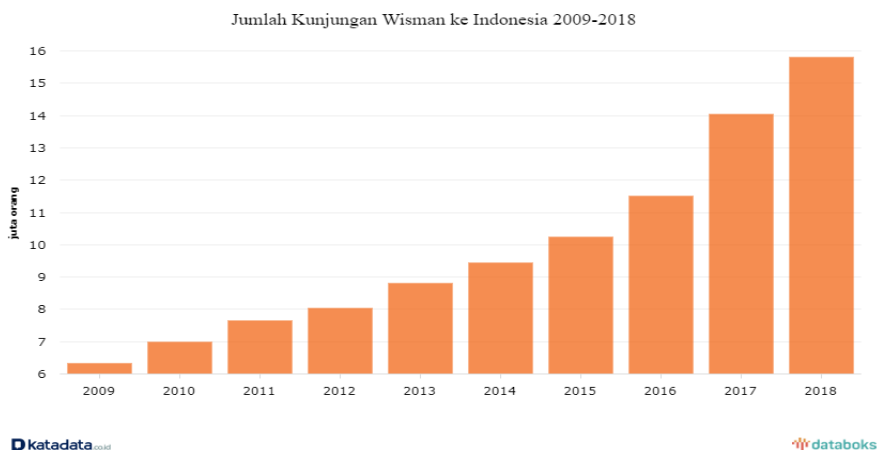
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata telah berkembang semenjak adanya perjalanan manusia dari suatu tempat ke tempat lain. Dewasa ini pariwisata dianggap sebagai suatu kegiatan yang menjanjikan dan mendatangkan keuntungan. Semenjak pariwisata semakin berkembang ada kebutuhan-kebutuhan manusia yang harus dipenuhi selama perjalanannya untuk memenuhi kebutuhannya dan semakin kompleks. Oleh sebab itu industri pariwisata menjadi sangat potensial dalam memperoleh devisa negara dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi sebagai upaya meningkatkan kesempatan kerja dan investasi

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mampu menjadi penyumbang devisa tinggi bagi suatu negara. Keberhasilan pengembangan pariwisata menghasilkan peningkatan aliran devisa ke dalam negeri dan memperkuat uang rupiah serta menciptakan lapangan kerja, peningkatan daya beli baru, pemakaian jasa transportasi dan lain-lain. Diketahui bahwa pariwisata merupakan salah satu industri dalam perekonomian bangsa dan ekonomi masyarakat lokal.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2009-2018



Sumber: databoks.com

Bisa dilihat dari tabel 1.1 rata-rata pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia dalam lima tahun terakhir (2014–2018) mencapai 14% per tahun. Angka ini lebih tinggi dibandingkan rata-rata pertumbuhan kunjungan wisman pada periode 2009–2013 yang sebesar 9% per tahun. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), kunjungan wisman pada 2009 tercatat sebanyak 6,32 juta orang. Angka ini terus meningkat menjadi 8,8 juta orang pada akhir 2013. Pada 2018, jumlah kunjungan wisman ke Indonesia mencapai 15,81 juta orang ataupun tumbuh sekitar 2,5 kali lipat dibandingkan 2009.

Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Indonesia, secara pariwisata akan sangat menguntungkan bagi masyarakat jika didukung oleh kualitas lingkungan, destinasi yang bersih, iklim yang bersahabat, dan juga masyarakat yang ramah. Dalam kondisi seperti inilah para pengelola industri pariwisata perlu menyadari betapa pentingnya menyadari pemahaman loyalitas wisatawan sebagai informasi yang sangat berharga bagi kelanjutan usaha pariwisata. Keberlanjutan suatu usaha pariwisata bergantung pada banyak tidaknya kunjungan yang berulang, hubungan yang kuat antara loyalitas wisatawan dan profabilitas adalah realita penting dalam keberlanjutan usaha industri pariwisata.

Di Jawa Barat menjadi salah satu provinsi yang mengembangkan sektor pariwisata. Provinsi Jawa Barat sendiri merupakan provinsi yang luas dengan berbagai kabupaten dan kota dengan letak yang strategis dalam kegiatan perekonomiannya terutama dalam pariwisata yang sedang mengalami perkembangan ini. Jawa Barat bisa disebut sebagai sumber pasar wisatawan karena memiliki keragaman daya tarik wisata yang dimiliki oleh kota/ kabupaten di Jawa Barat, kota/ kabupaten di Jawa Barat banyak alternatif pilihan berwisata yang lebih bervariasi bagi wisatawan. Hal tersebut membuat banyaknya pemasukan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional. Menurut anggota Dewan Komisiner OJK mengatakan bahwa Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu penyumbang PDB nasional terbesar setelah Provinsi DKI Jakarta dan provinsi Jawa Timur. Potensi wisata yang dapat menarik wisatawan memberikan perubahan pada perekonomian Jawa Barat.

Salah satu daerah kabupaten/ kota di Jawa Barat yang banyak dikunjungi oleh wisatawan ialah Kota Bandung. Kota Bandung adalah salah satu kota yang letaknya strategis baik secara geografis maupun ekonomi. Secara geografis Kota Bandung terletak ditengah-tengah provinsi Jawa Barat, dengan demikian sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung mempunyai nilai strategis terhadap daerah sekitarnya. Sebagai salah satu kota pariwisata terkenal di Jawa Barat, kota Bandung menawarkan pengalaman wisata yang menarik diantaranya wisata alam, wisata sejarah, *factory outlet*, dan wisata kuliner. Dengan lokasi yang strategis, Kota Bandung merupakan tempat yang tepat untuk melakukan wisata kuliner, maka dari itu para pelaku bisnis mulai membuka usaha dan mengembangkan usahanya di Kota Bandung. Dibawah ini merupakan jumlah usaha kuliner makanan dan minuman di Kota Bandung:

Tabel 1. 2 Data usaha Makanan dan Minuman Kota Bandung 2017

Kategori	Jumlah
Restaurant	197
Food Court	23
Cafe	236
Bar	32
Coffee Shop	283
Bakery	94
Jasa Boga	57
Total	922

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2017

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa jumlah restoran di Kota Bandung cukup banyak. Dengan banyaknya restoran membuktikan bahwa bisnis restoran ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan ini diakibatkan oleh masyarakat yang semakin sibuk dengan kegiatan masing-masing yang mengharuskan mereka untuk melakukan kegiatan diluar rumah. Selain semakin sibuk dengan kegiatan masing-masing yang menyebabkan keterbatasan

Farah Kamilia, 2020

PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH RESTORAN ALL YOU CAN EAT YANG ADA DI KOTA BANDUNG (STUDI KOMPARASI PADA RESTORAN JEPANG DAN KOREA)

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

waktu, cita rasa makanan yang dibeli di restoran dinilai lebih baik dan penampilan yang terlihat lebih menarik, serta berkembangnya tren wisata kuliner turut mendorong hal ini terjadi. Pada umumnya makanan dan minuman dikonsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan yang paling mendasar, namun seiring dengan perkembangan jaman serta perekonomian masyarakat yang semakin maju, tempat makan dan cara penyajiannya juga lebih beragam dan bervariasi. Hal inilah yang mendorong pelaku bisnis restoran untuk mengembangkan restoran sebagai penyedia kebutuhan makan diluar rumah.

Di Kota Bandung sendiri dikenal dengan berbagai tempat makan yang menyajikan berbagai macam variasi makanan dan jasa. Karena menjamurnya jumlah restoran yang tumbuh dan berkembang di Kota Bandung maka semakin banyak jenis restoran yang tersedia, saat ini di Kota Bandung mulai banyak restoran yang menerapkan sistem layanan "*All You Can Eat*". Secara harfiah "*All You Can Eat*" berarti semua bisa anda makan. Restoran *All You Can Eat* memiliki konsep yang unik yaitu konsumen datang dapat mengambil dan memilih sendiri dengan sepuasnya semua hidangan yang telah disediakan dengan hanya membayar sekali mmbayar sesuai dengan durasi yang berlaku di restoran tersebut. Konsep makan sepuasnya ini mengguakan sistem pelayanan atau penyajian secara *buffet* atau prasmanan. Pada restoran jenis ini, peralatan makan yang sudah selesai digunakan tetap dibersihkan oleh pelayan restoran. Selain itu untuk beberapa menu tertentu masih harus disajikan oleh para pelayan restoran.

Restoran *All You Can Eat* sendiri memiliki jenis menu yang beragam, seperti *grill*, *dim-sum*, *shabu-shabu*, dan *sushi*. Restoran ini mewajibkan konsumen untuk melayani dirinya sendiri selama makan di restoran tersebut, sehingga konsumen bebas mengambil makanan apapun yang konsumen sukai sepuasnya dengan batasan waktu yang telah ditentukan oleh pihak restoran. Di restoran *All You Can Eat* menerapkan sistem *flat rate*, dimana konsumen akan membayar harga yang cukup mahal, tapi konsumen juga bisa memakan apapun hidangan yang tersaji di meja *buffet* sepuasnya atau semampu mereka memakannya.

Kemunculan beragam jenis restoran *all you can eat* di Kota Bandung pada saat ini memberikan kemudahan pada konsumen dalam memilih restoran mana yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Dalam perkembangannya restoran *all you can eat* di Kota Bandung mempengaruhi konsumen mengunjungi suatu restoran bukan hanya karena nilai fungsi awalnya saja, namun juga karena nilai sosial dan emosionalnya. Saat ini industri kuliner restoran *all you can eat* diramaikan oleh berbagai jenis restoran *all you can eat* yang menawarkan berbagai keunggulan atribut-atribut restorannya. Di Kota Bandung sendiri sudah banyak restoran *all you can eat* yang muncul dipasaran, dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. 3 Data Restoran All You Can Eat di Kota Bandung tahun 2020

No.	Jenis Restoran <i>All You Can Eat</i>	Jumlah
1.	Jepang	29
2.	Korea	18
3.	Lokal	8
4.	Campuran	7
5.	Cina	6
6.	Barat	2
7.	Asia	1
8.	Brazil	1
9.	Mongolia	1
Total		73

Sumber: Olahan Penulis 2020

Berdasarkan pada tabel 1.3 dapat diketahui bahwa jumlah Restoran *All You Can Eat* di Kota Bandung dikuasai oleh Restoran Jepang dengan jumlah 29 restoran, kemudian pada posisi kedua ada Restoran Korea dengan jumlah 18 restoran, selanjutnya ada restoran lokal pada posisi ketiga yaitu berjumlah 8 restoran, lalu ada restoran campuran biasanya restoran *all you can eat* campuran terdiri dari jenis makanan Jepang, Korea, Indonesia, maupun Barat, kemudian pada

Farah Kamilia, 2020

PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH RESTORAN ALL YOU CAN EAT YANG ADA DI KOTA BANDUNG (STUDI KOMPARASI PADA RESTORAN JEPANG DAN KOREA)

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

urutan ke-5 ada Restoran Cina dengan jumlah restora *all you can eat* sebanyak 6. Kemudian ada Restoran Brazil memiliki 1 restoran *all you can eat* di Kota Bandung, dan yang terakhir ada Restoran Asia memiliki 1 restoran *all you can eat* di Kota Bandung.

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa Restoran Jepang menempati posisi pertama sebagai dengan jumlah Restoran *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung dan disusul oleh Restoran Korea pada posisi kedua. Dua jenis restoran ini menjadi dua jenis restoran yang paling banyak di Kota Bandung yang menandakan kedua jenis ini banyak digemari oleh konsumen yang ada di Kota Bandung, sehingga menyebabkan pertumbuhan restorannya pun lebih banyak daripada yang lain.

Restoran Jepang merupakan salah satu jenis restoran yang menawarkan sistem layanan *all you can eat* tertua di Kota Bandung. Salah satu tren kuliner Jepang adalah *shabu-shabu* dan *yakiniku* yang memiliki khas dalam penyajiannya adalah restoran dengan sistem *tabedohai* atau *all you can eat*. Bahkan, berbagai Restoran Jepang bermunculan dengan banyaknya minat masakan jepang di Kota Bandung. Banyak muncul Restoran Jepang di Kota Bandung yang menerapkan sistem *all you can eat*, berdasarkan tabel 1.3 terdapat 29 Restoran Jepang *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung. Menurut sejarah, Jepang memang pernah berkuasa di Indonesia hal inilah yang membuat Jepang menjadi tidak asing di Indonesia. Dalam sejarah dunia juga mencatat, Jepang merupakan negara dengan kekuatan besar. Oleh karena itu saat menguasai Indonesia, mereka juga mencoba mengenalkan berbagai kebudayaan dari Jepang. Mulai dari *manga*, *anime*, musik dan juga *fashionnya*. Karena faktor masalah itulah yang menyebabkan masyarakat tidak perlu waktu lama untuk beradaptasi dengan makanan Jepang.

Sedangkan Restoran Korea adalah salah satu restoran *all you can eat* yang sekarang digemari oleh masyarakat Kota Bandung. Hal ini disebabkan oleh, budaya Korea Selatan sedang berkembang dan kian di gandrungi. Baik itu musik, film,

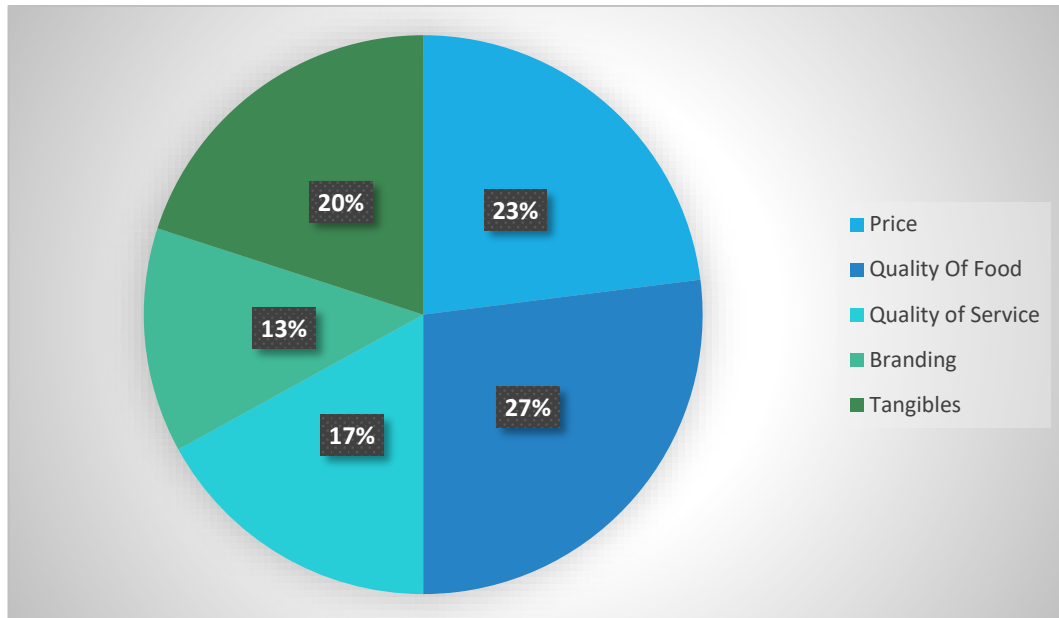
drama, program TV, produk kosmetik hingga gaya hidup ala Korea Selatan mulai dikelas sejak berkembangnya *Korean wave*. Produk makanan Korea juga sudah menjadi tren kuliner bagi masyarakat Kota Bandung, oleh karena itu sudah banyak Restoran Korea dengan sistem pelayanan *all you can eat* hadir di Kota Bandung . Berdasarkan tabel 1.3 diketahui bahwa jumlah Restoran Korea *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung terhitung ada 19 restoran. Keinginan banyak orang untuk membangun identitas sebagai *Korean wave* atau penyuka budaya Korea dengan mencicipi makanan Korea membuat keberadaan restoran Korea *All You Can Eat* semakin banyak dan semakin populer di Kota Bandung.

Dilihat dari kepopuleran keduanya sulit untuk mengetahui mana Restoran *All You Can Eat* yang lebih unggul di Kota Bandung, tingginya animo masyarakat terhadap kuliner Jepang dan Korea tampaknya membuat semakin menjamurnya Restoran Negara Sakura dan Restoran Negara Ginseng yang hadir di Indonesia. Pelaku bisnis restoran yang mengembangkan konsep *All You Can Eat* menjadikan konsep ini sebagai inovasi baru di bisnis restoran. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengetahui mana yang lebih unggul antara Restoran Jepang dan Restoran Korea.

Setiap konsumen pasti memiliki preferensi ketika hendak memilih restoran *All You Can Eat* yang akan dikunjungi. Konsumen bebas memilih restoran mana yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Konsumen mengunjungi suatu restoran bukan karena nilai fungsi awalnya, namun juga karena nilai sosial dan emosionalnya. Ada sebagian konsumen yang mementingkan *brand*, di atas segalanya. Dan adapula konsumen yang menilai dari kualitas produk dan juga harganya. Jadi apa yang menjadi pilihan restoran konsumen merupakan petunjuk atas susunan preferensinya.

Preferensi sangat penting karena setiap pelaku usaha perlu memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada preferensi konsumen sebagai tujuan utama dalam memilih Restoran *All You Can Eat*. Apabila preferensi konsumen sudah diketahui, maka pengusaha Restoran *All You Can Eat* diharapkan semakin meningkat pendapatannya dan mendapatkan konsumen yang loyal. Dibawah ini dilakukan mini survey kepada 30 responden

mengenai Indikator yang di adopsi dari hasil penelitian “Analisis faktor-faktor preferensi pelanggan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian” oleh Aisyah, 2016. Maka didapat hasil sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Hasil Mini Survey

Sumber: Olahan Penulis (2020)

Gambar 1.1 menunjukkan hasil mini survey yang menyatakan bahwa *quality of food* di pilih responden atau menjadi hal utama yang paling penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih restoran *all you can eat* sebesar 27% kemudian sebanyak 23% dari segi *price*, sebanyak 20% dari segi *tangibles*, lalu sebanyak 17% dari segi pelayanan yang diberikan oleh restoran *all you can eat*, dan terakhir sebanyak 13% *branding* yang ditawarkan oleh restoran *all you can eat*.

Quality of food adalah komponen dari preferensi konsumen, maka tidak dapat dipungkiri bahwa kualitas makanan memiliki dampak besar pada kepuasan dan minat beli ulang konsumen. Tantangan terbesar dalam usaha restoran adalah untuk memberikan kualitas makanan yang tidak hanya soal rasa atau presentasi makanan yang menarik untuk konsumen tetapi juga bisa unggul dari pesaing bisnis. Saat ini Restoran Jepang dan Restoran Korea *All You Can Eat* memiliki berbagai

jenis menu yang ditawarkan. Bahkan untuk menyesuaikan dengan lidah orang Indonesia, sudah banyak restoran *All You Can Eat* yang mengganti bahan-bahan yang tidak halal menjadi halal agar bisa dinikmati oleh muslim Indonesia.

Selain *quality of food*, langkah penting dalam preferensi konsumen yaitu mampu menyediakan *quality of service* yang baik. Pentingnya kualitas pelayanan menentukan penilaian preferensi konsumen terhadap suatu restoran. Jadi baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh Restoran *All You Can Eat* akan sangat mempengaruhi preferensi.

Dalam usaha restoran, mayoritas konsumen cenderung untuk mengunjungi restoran tidak hanya karena kualitas makanan dan kualitas layanan yang baik, akan tetapi juga karena mereka merasa nilai/ harga yang mereka keluarkan sesuai dengan nilai yang mereka dapat (Yuksel & Yuksel, 2002). Harga ering dianggap sebagai gambaran awal kualitas produk yang akan diterima oleh konsumen. Maka, restoran *All You Can Eat* harus berhati-hati dalam menentukan harga menu, karena harga akan menentukan preferensi konsumen.

Tangibles merupakan bagian dari preferensi konsumen dalam memilih Restoran *All You Can Eat*, *tangibles* merupakan bukti nyata fasilitas sebuah restoran. P dewasa ini, konsumen cenderung menyukai tempat yang *instagrammable*, banyak Restoran *All You Can Eat* yang memiliki interior yang cantik yang membuat konsumennya seolah-olah berada di Jepang atau Korea saat berada dalam restoran.

Branding juga merupakan hal yang penting dalam preferensi kosnumen. Dimana Restoran *All You Can Eat* membangun citra merek yang baik bagi konsumen, dan mudah diingat oleh konsumen. Sehingga memungkinkan konsumen untuk memiliki preferensi yang baik terhadap restoran karena dinilai memiliki nama yang ciri khas, memiliki slogan, dan membangun *brand* yang sesuai dengan ekspetasi konsumen.

Berdaskan hasil mini survey terhadap 30 responden diatas, ada 5 indikator yang menjadi pertimbangan konsumen untuk mengunjungi Restoran *All You Can*

Eat yang ada di Kota Bandung, indikator tersebut untuk menilai preferensi konsumen di Restoran Jepang dan Restoran Korea *All You Can Eat*. Penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana perbandingan preferensi konsumen antara Restoran Jepang dan Restoran Korea, dan mengetahui jenis restoran mana yang lebih unggul dan juga apa keunggulan dari masing-masing Restoran *All You Can Eat* yang menjadikan restoran *All You Can Eat* ini banyak digemari sehingga memiliki jumlah restoran *All You Can Eat* yang banyak di Kota Bandung.

Fenomena dan penjelasan diatas menjadi latar belakang penulis untuk melakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk membuktikan mana Restoran *All You Can Eat* yang lebih baik apakah Restoran Jepang atau Restoran Korea. Oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Prefensi Konsumen dalam memilih Restoran *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung (Studi Komparasi pada Restoran Jepang dan Korea)”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana preferensi konsumen dalam memilih Restoran Jepang *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung?
2. Bagaimana preferensi konsumen dalam memilih Restoran Korea *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung?
3. Apakah ada perbedaan preferensi konsumen dalam memilih Restoran Jepang dan Restoran Korea *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih Restoran Jepang *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung;
2. untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih Restoran Korea *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung;
3. untuk mengetahui perbedaan preferensi konsumen dalam memilih Restoran Jepang dan Restoran Korea *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung;

1.4 Manfaat/ Signifikasi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak antara lain:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan referensi bagi akademis ataupun peneliti lain yang hendak mengkaji permasalahan lebih dalam di Restoran Jepang dan Restoran Korea *All You Can Eat*, sehingga penelitian tersebut dapat dikembangkan lebih baik lagi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengelola

Sebagai masukan kepada Restoran *All You Can Eat* di Kota Bandung, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang preferensi konsumen Restoran *All You Can Eat* yang nantinya dapat dijadikan sarana untuk mengetahui Restoran *All You Can Eat* seperti apa yang diinginkan oleh konsumen.

b. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan selama penelitian.

