

BAB I
PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah. Pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia, karena pembangunan dan pengembangan kepariwisataan juga bertujuan untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia. Ini berarti, pengembangan pariwisata di Indonesia tidak terlepas dari potensi yang dimiliki oleh Indonesia untuk mendukung pariwisata tersebut.

Salah satu kota tujuan wisata kuliner di Indonesia adalah kota Bandung. Bandung merupakan kota penyangga Ibu Kota Jakarta, sehingga memudahkan para wisatawan untuk datang ke kota Bandung. Dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

TABEL 1.1
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA BANDUNG

Tahun	Wisatawan		Jumlah (orang)
	Mancanegara	Domestik	
2005	113.457	1.009.564	1.123.021
2006	135.521	2.346.465	2.481.986
2007	137.268	2.420.105	2.557.373
2008	175.111	4.320.134	4.495.745
2009	185.076	7.515.225	7.700.331

Sumber : Badan Pusat Statistik 2010

Dari kurun waktu 2005-2009 data kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik cenderung mengalami kenaikan hampir mencapai 2 kali lipatnya. Kondisi demikian menuntut Bandung sebagai kota tujuan pariwisata. Pada saat ini Bandung menjadi kota tujuan wisata kuliner dan wisata belanja. Jumlah objek wisata kuliner dan wisata belanja dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.2
Daftar Wisata Belanja dan Kuliner di Kota Bandung

No	Belanja	Jumlah	Kuliner	Jumlah
1	Sentra pembelian, Factory outlet.	181	Belanja makanan khas Bandung dan restoran.	121
2	Factory museum.	6	Rumah makan	380
3	Departement store.	101	Pujasera.	100
4			Café	60

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan 2010

Tabel di atas mempresentasikan jumlah wisata kuliner sebanyak 661 perusahaan kuliner dengan berbagai jenis restoran yang menyediakan sajian dengan ciri khasnya masing-masing.

Bandung yang dulu dikenal sebagai kota bunga sekarang lebih dikenal sebagai kota kreatif dikarenakan banyaknya kreatifitas yang terjadi di kota Bandung. Banyak para pengusaha atau orang yang berjiwa wirausaha membuka usaha kuliner dari mulai pedagang kaki lima sampai kelas menengah semua

berkreasi dengan berbagai variasi dan inovasi menu sehingga menghasilkan kreatifitas yang tinggi. Dilihat dari fungsi utamanya, produk utama yang dijual oleh usaha kuliner adalah makanan dan minuman. Sejalan dengan perkembangan tersebut maka selain produk atau jasa utama makanan yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah tempat yang nyaman dan fasilitas yang disediakan dan sudah mengalami perkembangan. Konsumen mengharapkan hal lain seperti pelayanan, kondisi lingkungan yang menyenangkan, sopan santun, rasa hormat dari seluruh karyawan, rasa makanan yang enak, variasi makanan, dan harga yang mudah dijangkau oleh konsumen.

Berbagai jenis restoran yang ada di kota Bandung terdiri dari restoran formal, informal, dan restoran keluarga. Salah satu tujuan wisata yang dikunjungi oleh para wisatawan untuk menikmati suasana Bandung yang santai, nyaman, sejuk adalah café. Tempat yang biasa dibuat untuk membuka café adalah sebuah rumah yang didekorasi dan ditata dengan baik, terkadang di sebuah pusat belanja juga dibuat café. Dari aspek penataan ruang café mempunyai kriteria sebagai salah satu prinsip pada ruang café yang menyangkut persyaratannya adalah persyaratan tentang kenikmatan yang dititikberatkan pada kebutuhan ruang gerak atau aktivitas individu. Dengan adanya perkembangan zaman, café ini semakin luas, artinya café tidak saja sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga tempat bersosialisasi dan mencari teman baru. Nuefert (120:2).

Aktivitas dari kegiatan tamu dan karyawan menentukan dekorasi sebuah ruangan. Kita dapat mengamati bila seorang tamu berada di restoran, aktivitas-aktivitas yang menonjol adalah duduk, memesan makanan/minuman, saat makan dan minum, mengambil makanan di meja buffet dan melakukan pembayaran melalui waiter/waitress atau langsung ke counter cashier. Sedangkan aktivitas waiter/waitress yang menonjol adalah melayani tamu, membersihkan meja setelah digunakan, menerima pembayaran dari tamu, dan supervisor mengawasi jalannya operasional restoran (Sugiarto dan Sulatiningrum, 2001:84).

Suatu menu makanan atau minuman yang dijual pada suatu cafe berbeda karena adanya diferensiasi produk yang merupakan suatu strategi untuk meningkatkan pendapatan cafe. Aspek diferensiasi produk pada suatu café dapat mempengaruhi terhadap fluktuasi pendapatan. Salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan antara lain dengan melakukan diferensiasi produk. Menurut Porter (1994:117), menyatakan bahwa suatu perusahaan akan melakukan diferensiasi produk terhadap para pesaingnya bilamana berhasil menampilkan keunikannya yang dinilai penting oleh pembeli selain sekedar harga rendah.

Namun disisi lain aspek harga itu yang lebih penting menentukan harga yang dijual dan juga harga mempertimbangkan sosial ekonomi masyarakat. Harga merupakan sesuatu yang sangat mutlak diperhitungkan dalam proses produksi oleh pengusaha, sebab dari harga inilah keuntungan atau pendapatan dapat ditentukan Kotler (1997:110).

Aspek promosi juga penting terhadap pendapatan seperti yang dikemukakan oleh (Burnnet, 2000), promosi merupakan aktivitas pemasaran untuk mengkomunikasikan informasi tentang perusahaan dan produknya kepada konsumen sehingga menciptakan permintaan.

Dengan ketiga aspek tersebut dunia usaha adanya persaingan yang sangat ketat dengan jenis produk usaha yang sama harga yang bersaing. Dengan demikian banyak pesaing yang muncul dengan menjual jenis produk yang sama menyebabkan café mengalami fluktuasi pendapatan. berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis pada waktu pra penelitian dapat dilihat dari tabel 1.3 di bawah ini.

Tabel 1.3
TABEL PENDAPATAN CAFÉ DI KOTA BANDUNG
(N = 10)

BULAN	PENDAPATAN (Rp)				Rata-rata Perubahan (%/thn)
	2006	2007	2008	2009	
November	90.883.000	65.889.000	89.819.000	87.747.000	1,95
Desember	75.893.000	84.000.000	45.989.000	55.500.000	0,25
Januari	86.089.000	90.470.000	75.000.000	65.890.000	0,08
Februari	45.772.000	57.890.000	96.900.000	67.000.800	0,21
Maret	90.456.000	89.000.000	56.000.000	75.000.000	-0,01
	Jumlah				= 2,48
	Rata-rata				= 0,496

Sumber : Prapenelitian yang telah diolah

Bahwa peningkatan pendapatan café di Kota Bandung relatif kecil (0,496). Kemungkinan hal tersebut disebabkan oleh banyaknya para wirausahawan yang bergerak di bidang yang sama kemudian kurangnya kreatifitas pengusaha yang berbeda, unik, inovatif. Strategi promosi yang kurang

tepat dan penentuan harga yang kurang memperhatikan sosial ekonomi konsumen. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi :

**“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP PENDAPATAN CAFÉ DI KOTA BANDUNG”**

1. Identifikasi Masalah

Adapun yang menjadi identifikasi masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap pendapatan?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap pendapatan?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap pendapatan?
4. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk, harga dan promosi terhadap pendapatan?

2. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

2.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui diferensiasi produk yang dapat mempengaruhi pendapatan
2. Untuk mempengaruhi harga yang dapat mempengaruhi pendapatan
3. Untuk mempengaruhi promosi yang dapat mempengaruhi pendapatan
4. Untuk mempengaruhi diferensiasi produk, harga dan promosi terhadap pendapatan

2.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam mengembangkan teori yang didapat serta dengan lingkungan yang sebenarnya.

2. Kegunaan praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk mengidentifikasi pengaruh diferensiasi produk, harga, dan promosi terhadap pendapatan.