

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata mempunyai peranan penting dalam pengembangan ekonomi nasional Indonesia. Selain itu pariwisata menjadi prioritas di Indonesia. Sektor pariwisata sebagai salah satu bagian dari pada pembangunan bidang ekonomi yang terus meningkat dan ditunjukkan agar dapat menambah devisa. Pengembangan pariwisata sebagai sumber devisa sangat besar, karena pada sektor ini banyak terdapat peluang-peluang berpotensi yang dapat dimanfaatkan karena pada dasarnya daya tarik sebuah wisata itu tidak akan pernah habis dikonsumsi (*never ending industry*) berikut adalah sumber-sumber terbesar pemasukan devisa negara.

TABEL 1.1
Urutan Penerimaan Devisa 2010
Sumber Penghasil Devisa Perolehan Devisa

NO	Sumber Penghasil Devisa	Perolehan Devisa (US \$)
1	Minyak dan Gas	10,43
2	Tekstil	6,58
3	Pariwisata	6,23
4	Pertanian (Kayu)	5,57

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2010

Dari urutan penerimaan devisa tahun 2010 di atas dapat diketahui bahwa sektor pariwisata menempati urutan ketiga setelah tekstil. Oleh karena itu diharapkan peranan pariwisata akan semakin besar terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, memperluas kesempatan usaha, menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong pembangunan daerah.

TABEL 1.2
Target Pemerintah dalam Menghasilkan Devisa dari
Sektor Pariwisata di Indonesia Tahun 2011-2015

Tahun	Jumlah	Kenaikan	Rata-rata	Rata-rata	Devisa
-------	--------	----------	-----------	-----------	--------

	Wisatawa Mancanegara	Per Tahun (%)	Lama Tinggal	Pengeluaran Per Hari (US \$)	(US \$)
2011	7.100.000	-	10 Hari	98	6.0 Milyar
2012	7.400.000	7,9	10 Hari	98	6.3 Milyar
2013	7.800.000	8,4	10 Hari	100	6.8 Milyar
2014	8.300.000	9,6	10 Hari	100	7.9 Milyar
2015	8.900.000	10,5	10 Hari	100	8.59 Milyar

Sumber: BPS Tahun 2010

Selain itu pariwisata Indonesia juga merupakan andalan dan unggulan untuk dapat menjadi lokomotif dan pendorong pembangunan ekonomi nasional karena pada tahun 2010 kunjungan wisatawan ke Indonesia mengalami kenaikan sebesar 1,43 % peningkatan jumlah pengunjung wisatawan ke Indonesia ini sangat menguntungkan bagi perekonomian Indonesia oleh karena itu pada tahun 2015 direncanakan akan dilakukannya pembangunan hotel pada beberapa daerah yang memiliki daya tarik wisata seperti Bali, Jakarta, Bandung , Jogjakarta dan Medan .

salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia adalah Jawa Barat. Dimana Jawa Barat menempati urutan ke dua setelah Bali Yaitu wisatawan domestik (lokal) sebanyak 14.961 wisatawan sedangkan wisatawan asing sebanyak 2.512 wisatawan dari beberapa daerah di Indonesia. daya tarik wisata propinsi Jawa Barat banyak sekali memiliki objek wisata terutama di ibu kota Jawa Barat sendiri yaitu kota Bandung

Seiring berkembangnya sektor pariwisata di kota Bandung, banyak pula bermunculan sektor usaha yang melengkapi berjalanya sektor wisawan di masing – masing objek wisata dikota Bandung. Seperti terbentuk dan berdirinya berbagai sektor industri salah satunya usaha kecil menengah (UKM) yang berdiri dan membantu bangkitnya perekonomian masyarakat sekitar

SUFI YANTI, 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

objek wisata dan terbentuknya lapangan kerja . Dibawah ini tabel yg menerangkan potensi sektor industri yang ada dikota Bandung yaitu sebagai berikut.

TABEL 1.4
Potensi Sektor Industri Kota Bandung Tahun 2011

No	Kreteria	Nilai Investasi (Rp)	Unit Usaha(unit)	Tenaga Kerja(orang)
1	Industri besar	Diatas 1.000.000.000	284	7602
2	Industri menengah	200.000.000 s/d 1.000.000.000	2675	46423
3	Industri kecil formal	5.000.000 s/d 200.000.000	104	4714
4	Industri kecil non formal	Dibawah 5.000.000	8858	35118
	Jumlah		11721	93857

(Sumber: Dinas perindustrian dan perdagangan Kota Bandung)

Banyak jenis wisata unik dan menarik yang ditawarkan kota Bandung , mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata jajanan (Kuliner) dan wisata belanja yang paling menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Dari beberapa jenis wisata yang ada di kota Bandung tersebut, salah satu wisata yang menarik adalah wisata Kuliner, banyak sekali usaha kuliner makanan ringan khas kota Bandung yang berkembang di daerah pusat wisata dan pusat hiburan dikota Bandung. Salah satu pusat tujuan wisata dikota Bandung adalah di jalan Cihampelas Bandung, karena hampir setiap hari kawasan ini dipadati oleh wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara, selain wisata belanja di jalan cihampelas juga wisatawan dapat menikmati wisata Kuliner yaitu berbelanja dan menikmati makanan dan oleh-oleh khas kota Bandung yang unik,enak dan relatif memiliki harga yang murah.

Seiring perkembanganya, pada usaha makanan dan dan oleh-oleh khas Bandung yang terdapat disepanjang kawasan Cihampelas Bandung ,banyak pedagang makanan dan oleh-oleh

khas khas Bandung yang mengalami penurunan omset dan jumlah pengunjung setiap bulannya hal ini disebabkan karena adanya persaingan yang mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen jajanan khas Bandung di kawasan jalan Cihampelas Bandung. Salah satu hal yang mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen makanan dan oleh-olah khas khas Bandung dijalan Cihampelas adalah persaingan antar pedagang yang umumnya menyajikan produk sejenis, dimana para pedagang makanan dan oleh-oleh khas Bandung yang ada dikawasan jalan Cihampelas harus selalu berusaha memperhitungkan sikap konsumennya yang cenderung lebih kritis memilih produk yang mana dari hasil penelitian bahwa banyak konsumen yang memutuskan melakukan pembelian dengan melihat adanya keragaman produk serta faktor lokasi yang mempermudah konsumen untuk datang serta mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Jika diperhatikan lebih lanjut, penurunan omset dan jumlah pengunjung pada beberapa pedagang makanan ringan dan oleh-oleh khas Bandung adalah pada toko-toko yang memiliki lebih sedikit jenis produk dan memiliki lokasi yang cukup jauh dari pusat keramaian. Berikut adalah nama toko jajanan khas Bandung yang tersebar dikawasan jalan Cihampelas Bandung.

TABEL 1.5

**Daftar Penjual Makanan & oleh-oleh Khas
 Bandung Dikawasan Jalan Cihampelas Bandung**

Nama Toko	Alamat	Jumlah Produk (jenis)	Jumlah Pengunjung/Minggu (orang)
Odjolali Snack	Jl Cihampelas No 131 Bandung	370	150 -250
Rumah Snack	Jl Cihampelas No 126 Bandung	90	6 5
Putri Snack	Jl Cihampelas No 122 Bandung	250	200
Hanaya	Jl Cihampelas No	70	35 -50

Snack	101 Bandung		
Sari Raos	Jl Cihampelas No 91 Bandung	150	50 - 75

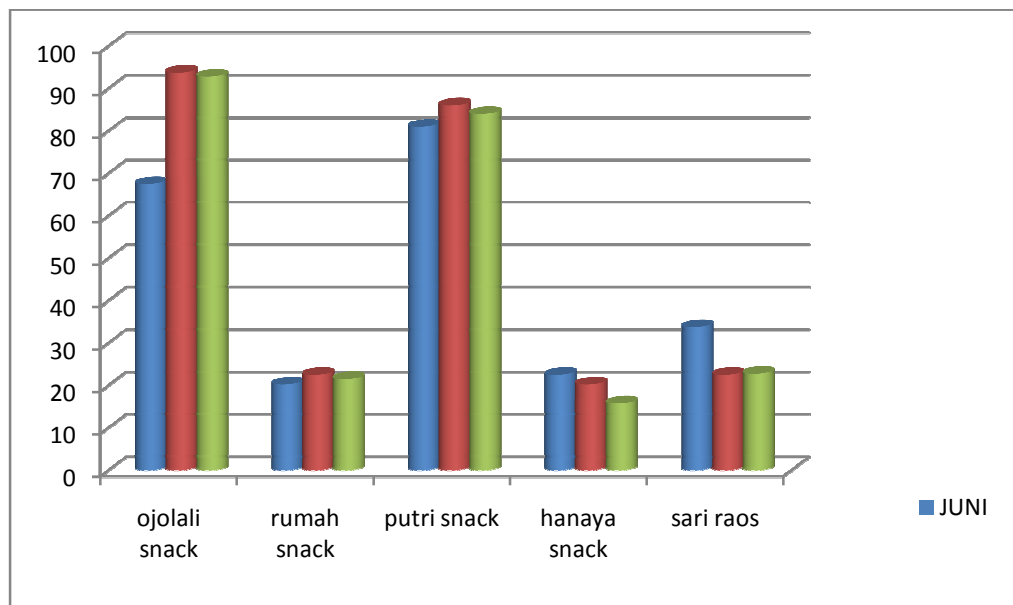
Sumber : Hasil Pra Penelitian 2011

Dari data hasil pra penelitian yang dilakukan oleh penulis pada tabel diatas, dapat di lihat bahwa tingkat pengunjung sangat dipengaruhi oleh banyaknya keragaman jenis produk yang ditawarkan serta faktor lokasi dimana dari salah satu toko yang menjual makanan dan oleh-oleh khas Bandung yaitu “Hanaya Snack” memiliki pengunjung lebih sedikit dari toko-toko yang lain dengan jumlah pengunjung sebanyak 35 sampai 50 pengunjung setiap hari dan 70 jenis keragaman produk. Hal ini dikarenakan jumlah keragaman produk yang lebih sedikit serta lokasi yang sulit terjangkau oleh konsumen yaitu sekitar 500 meter dari pusat wisata belanja jalan Cihampelas. lain halnya dengan toko Makanan ringan dan Oleh- oleh khas Bandung yaitu “Ojolali Snack’ yang relatif memiliki pengunjung lebih banyak yaitu 150 sampai dengan 250 pengunjung setiap harinya serta memiliki keragaman Produk yang lebih variatif yaitu sebanyak 370 jenis produk.

Diversifikasi produk dan lokasi sangat berpengaruh penting terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Karena jika kedua hal ini tidak diperhatikan oleh para pedagang jajanan dan makanan ringan khas Bandung di kawasan jalan Cihampelas maka akan berakibat buruk terhadap kelangsungan perkembangan usaha. Dan jika tidak berusaha menambah jenis produk dan tidak berusaha mencari tempat yang strategis maka penurunan jumlah pengunjung akan semakin bertambah dari hari kehari. Selain penurunan jumlah pengunjung secara tidak langsung terjadi pula penurunan omset penjualan. Hal ini terjadi pada beberapa pedagang jajanan dan makanan ringan khas Bandung dikawasan jalan cihampelas,penurunan omset tersebut penulis sajikan dalam bentuk grafik berikut ini.

SUFI YANTI, 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



GAMBAR 1.1

Omset Penjualan UKM Makanan Ringan dan Oleh-Oleh Khas Bandung Dijalan Cihampelas

Sumber : Hasil pra penelitian 2011

Keterangan di atas dapat menunjukkan bahwa diversifikasi (keragaman) produk dan faktor lokasi sangat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen makanan dan oleh-oleh khas Bandung dikawasan jalan Cihampelas Bandung, penurunan omset penjualan diakibatkan karena berkurangnya jumlah pengunjung dimana terlihat pada toko “Hanaya Snack” pada bulan trakhir yaitu bulan Juli 2011 hanya memperoleh pendapatan sebesar Rp 15750.000./bulan, pendapatan bulan juli lebih kecil dibanding dua bulan sebelumnya yaitu pada bulan juni sebesar Rp20.250000/bulan dan bulan Mei sebesar Rp 22050.000/bulan. Selain itu penurunan dapat diakibatkan karena adanya persaingan antar pedagang makanan dan oleh-oleh khas Bandung yang ada dikawasan jalan Cihampelas,hal itu membuat konsumen memiliki banyak alternatif pilihan.oleh karena itu perusahaan harus memiliki keunikan salah satunya dengan adanya diversifikasi produk selain itu, para pedagang harus senantiasa memperhatikan

keinginan konsumen dengan memberikan kemudahan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dengan melihat lebih banyak keragaman produk serta mempermudah pembelian dari segi lokasi.

Dengan mengamati permasalahan yang dijelaskan diatas,penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diversifikasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen makanan dan oleh-oleh khas Bandung dijalan cihampelas Bandung. oleh karena itu penelitian ini penulis beri judul “ **PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**”

- **1.2 Identifikasi Masalah**

- Industri kuliner merupakan salah satu daya tarik wisata terutama di Jawa Barat khususnya di Kota Bandung. Semakin berkembangnya industri kuliner mendorong para pelaku bisnis kuliner harus mampu memahami keinginan

konsumennya dalam menawarkan produk, yaitu memiliki diversifikasi produk yang berkualitas serta penempatan lokasi yang mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian, karena semakin melihat sikap konsumen yang mengalami perubahan cara dalam menentukan sebuah proses keputusan pembelian. Kurangnya diversifikasi produk dan penempatan lokasi ini mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung serta dapat mengurangi keputusan pembelian oleh konsumen.

- Dari hasil penelitian dan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada para pedagang makanan dan oleh-oleh khas Bandung di jalan Cihampelas, pada bulan-bulan terakhir terjadinya penurunan jumlah pengunjung. Hal ini diakibatkan karena kurang adanya diversifikasi yang ditawarkan oleh para pedagang serta keberadaan lokasi yang jauh dari pusat daerah wisata jalan cihampelas. Dengan berkurangnya jumlah pengunjung tentunya mengurangi omset Penjualan serta berdampak buruk dengan masa depan usaha makanan ringan dan oleh-oleh khas Bandung.

- **1.3 Rumusan Masalah**

- Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa pokok permasalahan dalam penelitian ini dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- Bagaimana pengaruh diversifikasi produk (x1) terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Makanan ringan dan oleh-oleh khas Bandung yang ada di kawasan jalan Cihampelas Bandung ?
- Bagaimana pengaruh lokasi (x2) terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM Makanan ringan dan oleh-oleh khas Bandung yang ada di kawasan jalan Cihampelas Bandung ?
- Bagaimana pengaruh diversifikasi (x1) produk dan lokasi (x2) terhadap pengambilan keputusan konsumen pada UKM Makanan ringan dan oleh-oleh khas Bandung yang ada di kawasan jalan Cihampelas Bandung ?

▪ 1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

• 1.4.1 Tujuan Peneliti

- Berdasarkan klasifikasi masalah tersebut diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UKM makanan ringan dan oleh-oleh Bandung di kawasan jalan Cihampelas Bandung.
- Untuk mengetahui pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha kecil menengah (UKM) makanan ringan dan oleh-oleh Bandung di kawasan jalan Cihampelas Bandung.

- Meneliti pengaruh diversifikasi produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen usaha kecil menengah (UKM) makanan ringan dan oleh-oleh Bandung dikawasan jalan Cihampelas Bandung
- Mengetahui lebih dekat mengetahui profil perusahaan usaha kecil menengah (UKM) yaitu para pedagang makanan ringan dan oleh-oleh khas Bandung dijalan Cihampelas.

- **1.4.2 Kegunaan Penelitian**

- Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- **Secara Teoritis**

- Diharapkan hasil penelitian skripsi ini dapat dijadikan kajian lebih lanjut khususnya menganal pentingnya sebuah kualitas diversivikasi produk dan lokasi untuk kemajuan sebuah usaha penjualan makanan ringan khas Bandung yang sudah dikenal dan memiliki nama dihati konsumen serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen . selain itu penulis juga berharap agar hasil penelitian ini dapat lebih bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi referensi yang baik bagi semua pihak yang membutuhkan.

- **Secara Empiris**

- Selanjutnya secara empiris penulis berharap hasil penelitian skripsi ini dapat berguna bagi perusahaan yang dijadikan sebagai objek penelitian. yaitu UKM yang ada di kawasan jalan Cihampelas Bandung , selain itu

penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi kebijakan perusahaan untuk menjaga serta mempertahankan kualitas diversifikasi produk, dan menjadi landasan penempatan-penempatan lokasi yang baik agar mampu mempermudah konsumen serta terus berusaha menciptakan tingkat keputusan pembelian terutama bagi para konsumen terutama wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung agar dapat memberikan kesan baik bagi produk-produk dan makanan ringan khas Bandung sebagai warisan budaya yang harus selalu dijaga kualitasnya.

