

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, pariwisata mulai berkembang menyesuaikan dengan motivasi dan minat wisatawan. Sektor pariwisata yang berkembang cukup pesat adalah wisata kuliner. Wisata kuliner pada saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap wisatawan yang menyempatkan dan mencicipi makanan dan minuman khas daerah tujuan wisata. Istilah wisata kuliner pun kini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam daya tarik wisata adalah Provinsi Jawa Barat. Jawa Barat memiliki peluang besar untuk mengembangkan dan memajukan sektor pariwisata karena memiliki potensi wisata alam dan budaya yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Mengelola dan mengembangkan potensi wisata alam serta melakukan pemasaran yang baik adalah salah satu cara untuk mempertahankan eksistensi di bidang pariwisata. Banyak orang yang mulai menaruh minat dan perhatiannya terhadap daya tarik dunia kuliner, maka dari itu penelitian tentang motivasi wisatawan terhadap obyek wisata perlu diketahui untuk memahami strategi pemasaran yang tepat untuk menarik jumlah wisatawan lebih banyak lagi.

Industri kuliner kian menggeliat di Indonesia. Data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia mencatat, subsektor kuliner berkontribusi 41,4 persen dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp 922 triliun pada 2016. Jumlah

tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lain di Bekraf RI.

Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan, dalam acara peluncuran program Bango Penerus Warisan Kuliner 2018 di Restoran Suasana, Kuningan, Jakarta, Selasa, (6/2/2018) "Kuliner merupakan salah satu penopang di industri kreatif. Dari unit 8,2 juta unit industri kreatif, 68 persen bergerak di industri kuliner." (travel kompas, 2019)

Pada awalnya makanan hanya menjadi salah satu pelengkap kegiatan wisata, namun kemudian berkembang menjadi salah satu bentuk wisata khusus yang disebut dengan istilah wisata kuliner mengingat makanan juga diakui sebagai ekspresif identitas dan budaya. Wisata kuliner pada saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang yang menginginkan berbagai jenis makanan yang lezat juga unik, khususnya bagi setiap orang pecinta makanan. Bahkan wisata kuliner saat ini sudah menjadi gaya hidup, karena bagi sebagian orang berwisata bukan hanya berjalan-jalan saja tetapi menikmati juga makanan khas daerah-daerah yang dikunjungi. Berwisata di Indonesia kurang lengkap rasanya bila tidak melakukan wisata kuliner, dimana ada banyak tempat wisata kuliner yang menjajakan makanan khas tradisional hingga modern yang terdapat di Indonesia, salah satunya di Kota Sukabumi.

Menurut Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi, jumlah data rekapitulasi wisata kuliner yang di Kota Sukabumi tahun 2018 dapat dilihat dari tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1.1 Data Rekapitulasi Wisata Kuliner di Kota Sukabumi Tahun 2018

Keterangan	Jumlah
Restoran	17
Rumah Makan	70
<i>Café</i>	20

Sumber: Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi, 2018

Hasil dari data di atas menyatakan terdapat 107 pelaku usaha wisata kuliner di Kota Sukabumi. Dengan banyaknya pesaing wisata kuliner yang ada di Kota Sukabumi, para pelaku bisnis harus mempunyai insting serta peka terhadap apa yang terjadi dilingkungan masyarakat agar dapat bertahan dalam ketatnya persaingan, serta lebih kreatif, inovatif dan tentunya menonjolkan suatu konsep yang unik dan berkesan dari wisata kuliner lainnya, sebagai ciri khas dari wisata kuliner tersebut untuk menarik perhatian dan kepercayaan pelanggan seperti citra rasa ataupun keunggulan menu yang ditawarkan.

Dalam ICTA (*International Culinary Tourism Association*) memaparkan bahwa “*culinary tourism is defined as the pursuit of unique and memorable culinary experience of all kinds, often while travelling, but one can also be a culinary tourist at home*, maksudnya wisata kuliner suatu pencarian pengalaman wisata kuliner unik dan memberi kenangan. Sebuah pengalaman wisata kuliner yang dapat dibawa dan dirasakan dirumah.”

Kota Sukabumi memiliki beberapa destinasi wisata yang memiliki berbagai kuliner yang khas. Sudah banyak jajanan wisata kuliner yang didalamnya ada ciri khas jajanan/makanan dari luar kota, yang mana tidak perlu jauh-jauh dan mengeluarkan uang banyak untuk menikmati makanan dari ciri khas kota yang

ingin dikunjungi, karena di Kota Sukabumi sendiri sudah banyak tempat wisata kuliner yang menjadi kepercayaan para pecinta makanan.

Kepercayaan menikmati wisata kuliner merupakan keyakinan yang terbentuk dalam diri konsumen dan sesuatu yang harus ditanamkan oleh pelaku usaha dalam menghadapi ketidakpastian yang muncul saat berinteraksi, sehingga dapat membuat konsumen melakukan *repeat order*. Saat konsumen melakukan *repeat order* berarti konsumen sudah mendapatkan nilai yang memang sudah mereka rasakan saat melakukan pembelian sehingga membuat konsumen percaya bahwa makanan yang dikonsumsi memiliki nilai yang sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh penjual. Kepercayaan dalam hal ini merupakan sebuah perasaan untuk bisa mempercayai pihak lainnya atas semua janji yang telah diberikan. “Kepercayaan merupakan suatu pondasi dalam sebuah proses bisnis. Suatu transaksi antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila kedua belah pihak saling mempercayai” (Anwar, Aditama et al. 2016).

Nilai pelanggan yang didapatkan oleh konsumen dari pembelian makanan yang berada di wisata kuliner tersebut. “*Value is determined on the customer’s terms in the context of his or her unique needs*”. Scott Robinette dan Claire Brand (2001:27) dalam Moch. Lutfi Salis, Af Hami Suharyono dan Kadarisman Hidayat (2016) yang dapat didefinisikan “setiap pelanggan mempunyai istilah sendiri mengenai nilai tawaran, dimana nilai tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Karena dengan memahami kebutuhan mereka, pedagang bisa memenuhi *value* yang dimaksud pelanggan dengan begitu pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang dijual”. Nilai yang diperoleh konsumen dalam berwisata

kuliner adalah segala hasil yang didapatkan baik dalam rasa atau keunikan makanan berdasarkan persepsi yang didapat oleh konsumen sehingga dapat menjadi pengalaman bagi konsumen itu sendiri.

Pengalaman pelanggan adalah penciptaan pelanggan melalui pengalaman. Baik itu pengalaman saat membeli dan mencoba jajanan wisata kuliner itu sendiri, untuk mempertahankan konsumen agar tetap loyal, karena pengalaman adalah tahap pertama untuk merebut hati konsumen. Dibutuhkan strategi yang tidak hanya memfokuskan pada kualitas akan tetapi juga pada pengalaman pelanggan. Pengalaman pelanggan sangat penting untuk suatu perusahaan karena saat konsumen sudah merasa puas atau percaya terhadap makanan yang dikonsumsi, maka konsumen itu akan melakukan pembelian kembali dan merekomendasikan nya pada orang lain. Begitupun sebaliknya, jika konsumen tidak merasa puas maka konsumen akan menceritakan hal yang tidak baik pada orang lain dan juga tidak akan melakukan pembelian ulang kembali.

Di Kota Sukabumi, semakin marak Wisata Kuliner jajanan khas. Dari kuliner tradisional sampai kuliner modern yang menjadi ciri khas dan daya Tarik bagi tempat kuliner itu sendiri. Diantarnya Yogya Food Life, Nongkie Zone, Mr. Topi Kitchen, Mochi Lampion, Oma Suki Café, Ayam Penyet Dapur Ibu, Rumah Makan Bunut, *Food Court* Tiara Toserba, Mami Ungu RestoWisata Kuliner Selamat Toserba, dan masih banyak lagi wisata kuliner lainnya, dimana tempat wisata kuliner tersebut memiliki spot yang dapat menarik perhatian konsumen.

Wisata Kuliner (Wiskul) Selamat Toserba Sukabumi merupakan kawasan kuliner yang terletak dipusat kota. Dikawasan tersedia sekitar 48-50 pedagang makanan restoran, cafe dan jajanan kaki lima yang menawarkan suasana nyaman dan hangat berbagai menu baik Mancanegara maupun Indonesia. Wiskul ini sudah berdiri dari tahun 2007 dan beralamat di Jl. RE. Martadinata No. 96, Sukabumi. Dengan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) 01.990.765.8.405.001. Para pedagang menjual makanannya dengan beraneka ragam juga tersedia makanan untuk umur anak-anak sampai dewasa, sehingga ini sangat memudahkan konsumen yang berkunjung dengan keluarga tidak merasa kesulitan mencari makanan kalangan usia. Untuk harga terbilang sangat ekonomis dan beragam, sehingga Wiskul banyak didatangi oleh pelanggan. Tempat yang luas, dan jam operasional setiap hari dari jam 15.00-22.00 ini sehingga cocok untuk dijadikan tempat berkumpulnya keluarga dan berbagai acara lainnya seperti nonton bareng pertandingan sepak bola.

Tujuan didirikannya Wiskul ini untuk menggalang pedagang yang tidak mempunyai lapak berjualan agar tidak berjualan disembarangan tempat, untuk gerobak yang dipakai oleh para pedagang di Wiskul ini pihak toko sudah menyediakan, dan Wiskul ini juga didirikan dibawah naungan pemerintah daerah.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengobservasi terlebih dahulu mengenai Wisata Kuliner Selamat Toserba untuk mengetahui sejauh mana manfaat yang dirasakan oleh konsumen setelah membeli dan mengkonsumsi produknya. Berdasarkan hasil peninjauan awal yang peneliti sudah melakukan wawancara kepada penanggung jawab wisata kuliner, bahwa adanya suatu permasalahan yang dimana pelanggan wisata kuliner semakin berkurang. Maka dari itu, peneliti telah

membuat Pra Kuesioner dengan mengajukan pernyataan kepada 30 responden yang sudah pernah melakukan pembelian di Wisata Kuliner Selamat toserba Sukabumi, dengan batasan umur dari Remaja hingga dewasa, gender maupun aspek lain. Pernyataan yang diajukan peneliti dalam dalam Kuesioner Pra Penelitian yakni tentang kepercayaan yang dimana apakah kepercayaan akan mempengaruhi nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan setelah mengkonsumsi produk.

Pernyataan-pernyataan yang diajukan peneliti dalam Kuisioner Pra Penelitian yakni:

Tabel 1.2 Data Wawancara Kuisioner Pra Penelitian

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Produk yang yang disajikan oleh pedagang di wisata kuliner selamat sesuai dengan informasi pada lis menu yang sampaikan.	2	3	3	19	-
2.	Perhatian dan kesediaan yang diberikan oleh pedagang di wisata kuliner selamat untuk melayani pelanggan.	16	11	3	-	-
3.	Penjual mampu memenuhi dan mengerti apa yang pelanggan inginkan.	9	19	2	-	-

Sumber data: Wawancara Pada Pelanggan Wisata Kuliner Selamat (2019)

Berdasarkan tabel diatas, terdapat masalah dalam kepercayaan pelanggan pada Integritas yang dimana nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan merasa produk yang pedagang sajikan tidak sesuai dengan apa yang di informasikan oleh pedagang. Sehingga pelanggan merasa kecewa dan tidak melakukan pembelian ulang. Akan tetapi, menurut wawancara dengan penanggung jawab pihak wisata kuliner Selamat sudah meminta pedagang untuk memberikan informasi produk secara jujur yang dijual kepada pelanggan agar pelanggan merasa dengan seperti

ini kegiatan belanja yang dilakukan semakin terjamin. Namun nyata nya yang berdasarkan pengalaman pelanggan dan nilai pelanggan adalah pesanan yang didapatkan tidak sesuai dengan informasi dari penjual.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti berkeinginan untuk meneliti lebih lanjut dari hal tersebut dan ingin menuangkannya dalam penelitian yang berjudul “Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi”

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi masalah pada kepercayaan pelanggan yang terdapat pada Integritas sehingga menurunnya pelanggan diduga akibat informasi yang diberikan pedagang saat menawarkan produknya tidak sesuai dengan makanan yang disajikan. Hal ini juga disebabkan oleh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan karena adanya ketidak sesuaian akan produk dan perbedaan cita rasa saat pembelian awal dan pembelian berikutnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1.2.1.1 Bagaimana gambaran Nilai Pelanggan pada Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi?

1.2.1.2 Bagaimana pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi?

1.2.1.3 Bagaimana Kepercayaan Pelanggan pada Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi?

1.2.1.4 Bagaimana pengaruh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka ada beberapa tujuan yang ingin peneliti ketahui dari hasil penelitian ini, yaitu:

1.3.1.1 Untuk Mengetahui gambaran Nilai Pelanggan Pelanggan pada Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi.

1.3.1.2 Untuk mengetahui pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi.

1.3.1.3 Untuk mengetahui Kepercayaan Pelanggan pada Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi.

1.3.1.4 Untuk mengetahui pengaruh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan berpengaruh langsung terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik itu dari segi teoritis maupun praktis.

1.3.2.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap agar kedepannya penelitian tentang Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan dapat menjadi

rujukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran, perilaku konsumen dan ilmu tentang kepercayaan. Penelitian ini diperoleh dari ilmu yang didapat di program Administrasi Bisnis. Manfaat Praktis

1.3.2.2 Manfaat Praktis

1.3.2.2.1 Bagi peneliti, diharapkan mampu menambah pengetahuan dan kesiapan peneliti bila ingin mengetahui lebih mengenai nilai pelanggan, pengalaman pelanggan dan kepercayaan pelanggan.

1.3.2.2.2 Bagi pihak luar, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam melaksanakan penelitian selanjutnya.

1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu di Wisata Kuliner Selamat Toserba yang beralamat di Jl. RE. Marrtadinata No. 96, Kecamatan Cikole Kota Sukabumi.

1.4.2 Lamanya Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih sekitar 6 bulan terhitung dari bulan November 2018 Hingga Mei 2019. Berikut jadwal pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 1.3
Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	November				Desember				Januari				Februari							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Pengajuan Judul	■	■																		
2.	Survei Awal		■	■	■																
3.	Bimbingan Usulan Penelitian			■	■	■	■	■	■												
4.	Sidang Usulan Penelitian										■										
5.	Usulan Penelitian											■	■								
6.	Penelitian												■	■	■	■	■				
7.	Penyelesaian dan Bimbingan Skripsi																				
8.	Sidang Skripsi																				
No	Jadwal Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Pengajuan Judul																				
2.	Survei Awal																				
3.	Bimbingan Usulan Penelitian																				
4.	Sidang Usulan Penelitian																				
5.	Usulan Penelitian																				
6.	Penelitian	■	■																		
7.	Penyelesaian dan Bimbingan Skripsi			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
No	Jadwal Kegiatan	Juli																			
		1				2				3				4							
8.	Sidang Skripsi																	■	■	■	■