

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Indonesia memiliki keanekaragaman kekayaan budaya dan alam yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Sehingga pariwisata menjadi industri yang tepat. Disamping itu, perkembangan sektor pariwisata memiliki tujuan untuk mempromosikan dan mendayagunakan kebudayaan dan keindahan alam yang dimiliki Indonesia. Menurut undang-undang yang ada tentang pariwisata No.10/2009, yang dimaksudkan dengan istilah pariwisata adalah beraneka ragam aktivitas wisata yang ditunjang oleh bermacam-macam fasilitas serta juga layanan yang diberikan oleh Masyarakat, Pengusaha, dan juga Pemerintah setempat. Pembangunan disektor pariwisata yang dilakukan dengan sebaik dan semaksimal mungkin akan bisa menarik para wisatawan nusantara serta wisatawan mancanegara datang untuk berkunjung dan menggunakan uangnya dalam kegiatan berwisata.

Dari pengertian di atas, maka bisa disimpulkan bahwa pariwisata bukanlah kegiatan yang menghasilkan uang, melainkan dengan melakukan perjalanan wisata, seseorang maka mengeluarkan suatu biaya. Jenis biaya yang dimaksudkan antara lain, biaya menginap, biaya transportasi, biaya konsumsi, serta biaya-biaya lainnya. Biaya yang dikeluarkan tersebut sesuai dengan sarana yang di pakai oleh para wisatawan disaat melakukan suatu kunjungan wisata. Ini berarti, pengembangan pariwisata di Indonesia tidak

terlepas dari potensi yang di miliki oleh Indonesia untuk mendukung kegiatan pariwisata tersebut. Di satu sisi memberikan keuntungan ekonomis yang cukup tinggi, keuntungan ekonomis ini memberikan pengaruh positif pada pendapatan negara dan kesejahteraan masyarakat yang ada di sekitar lokasi pariwisata. Dengan demikian, sektor pariwisata tidak hanya sekedar memberikan keuntungan kepada para pelaku bidang pariwisata melainkan juga memberikan keuntungan pada sektor-sektor lain di luar pariwisata.

Pada dasarnya pariwisata merupakan pembangkit usaha ekonomi yang potensial dan pembangkit perekonomian pada suatu negara, provinsi, kabupaten, kota. Untuk mengembangkan suatu daerah tujuan wisata harus memperhatikan berbagai faktor yang berpengaruh terhadap keberadaan suatu daerah tujuan wisata. Kota-kota besar selalu menarik pengunjung dari luar kota. Konsep kota yang dijadikan sebagai tempat wisata dapat memiliki kontribusi besar bagi pertumbuhan industri potensial. Sebuah kota menjadi wisata kota dapat meningkatkan potensi sumber daya yang dimiliki.

Kota Bandung telah menjadi tempat kunjungan berbasis pada wisata bisnis dan hingga kini masih menjadi pilihan utama para wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara untuk dijadikan tempat menghabiskan waktu liburan. Pada akhir pekan atau hari libur nasional para wisatawan memadati tempat-tempat wisata yang banyak terdapat di wilayah Paris Van Java.

TABEL 1
DATA KUNJUNGAN WISMAN DAN WISNUS
DI KOTA BANDUNG TAHUN 2012-2016

Tahun	Wisman	Wisnus	Jumlah Wisatawan
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.887.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2016

Dari data tabel 1, wisatawan nusantara lebih mendominasi ketimbang wisatawan mancanegara yang datang. Dengan data pada tabel di atas bahwa di tahun 2016, menyebutkan jumlah wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung sekitar 4.8 juta wisatawan nusantara dan sekitar 173 ribu wisatawan mancanegara. Jumlah tersebut terus meningkat di tiap tahunnya. Peningkatan jumlah kunjungan tidak lepas dari kegiatan bisnis dan daya tarik wisata yang ada di Kota Bandung itu sendiri.

Kota Bandung merupakan salah satu kota berkembang di Indonesia yang memiliki julukan kota kembang, dengan istilah itulah Bandung disebut-sebut kota metropolitan terbesar di wilayah Jawa Barat. Dan tentu saja bisa dilihat dari banyaknya lokasi wisata dan kuliner yang menjamur di wilayah Kota Bandung. Pada sore hari wisatawan atau penduduk yang ada di Kota Bandung sering memanfaatkan waktunya untuk mengunjungi objek wisata bersama orang-orang terdekat dengan tujuan menyegarkan pikiran kembali.

Dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara serta melihat kebiasaan wisatawan maupun penduduk menghabiskan waktu untuk melakukan kegiatan berwisata di Kota Bandung, maka banyaknya pelaku usaha yang membuka usaha dibidang kuliner. Yang menyebabkan banyaknya bistro, bar dan tempat makan untuk berkumpul bersama teman-teman maupun keluarga. Dari kegiatan ini tidak menutup kemungkinan bahwa dari pengunjung bistro dan tempat makan tersebut adalah para remaja yang ada di Kota Bandung.

Bistro memiliki arti ciri pelayanan cepat, yang berasal dari Rusia. Bistro tumbuh di Prancis di akhir abad ke-19 disaat penguasaan Rusia pada Prancis di tahun 1815, sekaligus menjadi tempat makan para tentara Rusia (Suyono, 2008:19). Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa bistro mempunyai cara pelayanan yang cepat, bertujuan agar konsumen tidak menunggu pesanan dengan waktu yang lama. Pada zaman sekarang tujuan utama bistro lebih mementingkan kepuasan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung bukan hanya untuk mencari keuntungan saja.

Sihite (2000:2) berpendapat Bar adalah suatu *counter* tempat untuk menjual serta menghadirkan minuman mengandung alkohol maupun yang tidak mengandung alkohol, didalamnya tersedia tempat untuk mengkonsumsi minuman tersebut serta pelayanannya dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa Bar adalah tempat yang dapat dinikmati untuk meminum minuman beralkohol dan non-alkohol dengan suasana yang menarik.

Gunarsa (2006:196) berpendapat Remaja merupakan mereka yang mengalami masa transisi dari tahap kanak-kanak menuju tahap dewasa, rentang usia dari 13 tahun hingga usia 20-an, transformasi yang terjadi cukup drastis pada semua aspek perkembangannya seperti perkembangan sosial, kognitif, fisik, dan kepribadian.

Remaja mendatangi restoran atau kafe bukan semata-mata hanya ingin berbincang tetapi secara tidak disadari remaja pun memperhatikan cita rasa dari makanan yang disajikan dan harga pun menjadi hal utama yang mempengaruhi dalam memutuskan restoran yang akan dikunjungi (Santoso dan Janeta, 2018).

Schifman dan Kanuk (2010:485) berpendapat, keputusan adalah suatu opsi bagi dua pilihan alternatif atau bisa lebih. Ataupun dengan kata lain, pilihan alternatif perlu tersedia untuk seseorang saat mengambil suatu keputusan. Dan jika seseorang memiliki pilihan antara melakukan suatu pembelian atau tidak, orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil suatu keputusan.

Sedangkan keputusan pembelian konsumen adalah pembelian suatu merek atau barang yang sangat disukai dari berbagai alternatif yang tersedia, akan tetapi dua faktor bisa berada diposisi antara niat pembelian dan keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008:181). Warisan dan Harianto (2018) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu alasan tentang bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta

harapan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor pertimbangan yaitu, harga, kualitas makanan, atmosfer, dan lokasi.

Dari pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa keputusan konsumen bukanlah hal singkat dalam memutuskan penggunaan suatu produk, melainkan terdiri dari banyak proses yang dilewati entah itu memutuskan dengan kebiasaan dalam memilih produk ataupun dengan pertimbangan yang mendalam.

Saka Bistro yang berlokasi pada Jalan Karangsari No. 2, Sukajadi adalah salah satu Bistro & Bar yang memiliki konsep untuk kalangan dari menengah hingga keatas yang menyajikan makanan ringan maupun makan berat dan minuman beralkohol. Sudah 6 (enam) tahun sejak tahun 2013, Saka Bistro & Bar hadir di Kota Bandung untuk memberikan sajian hidangan, minuman yang berbeda dari Bistro & Bar lainnya yang ada di kota Bandung.

Berdasarkan hasil pengamatan awal, penulis menemukan sampel data yang dapat dijadikan acuan untuk mengidentifikasi masalah. Berikut adalah data jumlah tamu yang datang ke Saka Bistro & Bar Bandung periode Juni-Agustus 2019 berdasarkan hasil perbincangan dan pengambilan data penulis kepada pihak Manajemen.

TABEL 2
JUMLAH TAMU SAKA BISTRO & BAR BANDUNG
PERIODE JUNI-AGUSTUS 2019

Bulan	Jumlah Tamu
Juni	2.836
Juli	2.845
Agustus	2.146
Total	7.827

Sumber: Manajemen Saka Bistro.

Dari data tabel 2, jumlah pengunjung pada tiga bulan terakhir adalah 7.827 orang yang datang ke Saka Bistro. Dari hasil perbincangan penulis dengan pihak manajemen menyebutkan bahwa Saka Bistro & Bar Bandung sebenarnya menargetkan kaum remaja sebagai target pasar utama, namun dari kenyataan yang terjadi yaitu 83% pengunjung yang datang adalah orang tua dan keluarga, sehingga target dari kaum Remaja tidak tercapai di Saka Bistro.

TABEL 3
DATA JUMLAH PENGUNJUNG SAKA BISTRO & BAR BANDUNG
MENURUT KATEGORI UMUR
PERIODE JUNI-AGUSTUS 2019

Rentang Umur	Bulan			Total Kunjungan 3 Bulan	Persentase
	Juni	Juli	Agustus		
0 - 12	249	237	118	604	7.7%
13 - 24	485	418	428	1.331	17%
25 - 36	861	859	616	2.336	30%
37 - 48	852	924	673	2.449	31.2%
49 - 60	389	407	311	1.107	14.1%
Total	2.836	2.845	2.146	7.827	100%

Sumber: Manajemen Saka Bistro.

Dari data tabel 3, jumlah pengunjung remaja (13-24) pada tiga bulan terakhir adalah 1.331 orang yang datang ke Saka Bistro & Bar Bandung dari total pengunjung 7.827 orang, yang artinya hanya 17% pengunjung remaja yang datang dari jumlah yang ada.

Padahal berdasarkan data BPS Kota Bandung pada tahun 2016 bahwa masih ada potensi di pasar remaja sesuai dengan tabel berikut:

TABEL 4
DATA PENDUDUK KOTA BANDUNG
MENURUT KELOMPOK UMUR DAN JENIS KELAMIN
TAHUN 2016

Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0-4	104.902	100.864	205.766
5-9	98.508	93.126	191.634
10-14	88.699	85.562	174.261
15-19	110.047	112.442	222.489
20-24	133.694	125.767	259.461
25-29	119.981	110.133	230.114
30-34	110.668	103.220	213.888
35-39	99.556	97.814	197.370
40-44	92.623	92.183	184.806
45-49	80.276	82.214	162.490
50-54	69.264	70.530	139.794
55-59	56.285	57.289	113.574
Total	1.164.503	1.131.144	2.295.647

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Dari data tabel 4 diatas, jika dibandingkan dengan tabel 3 terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara tamu remaja yang datang dengan potensi yang ada di Kota Bandung.

Dengan latar belakang dan data diatas, penulis ingin mengadakan penelitian yang lebih dalam dan mengangkat ke dalam judul tugas akhir adalah **“FAKTOR PERTIMBANGAN REMAJA DI SAKA BISTRO & BAR BANDUNG”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis telah mengidentifikasi masalah seperti berikut:

1. Bagaimana harga menu yang ada di Saka Bistro?
2. Bagaimana menu yang ditawarkan di Saka Bistro?
3. Bagaimana atmosfer yang ada di Saka Bistro?
4. Bagaimana kondisi lokasi Saka Bistro?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Maksud tujuan penulisan ini untuk menyelesaikan persyaratan studi atas Program D3, Jurusan Hospitaliti, pada Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

2. Tujuan Operasional

Maksud tujuan diadakannya penelitian mengenai “Faktor Pertimbangan Remaja di Saka Bistro & Bar Bandung” adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan remaja di Saka Bistro & Bar Bandung.

D. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Penelitian

Penulis memakai metode deskriptif untuk menggarap tugas akhir dimana penulis mendatangi lokasi penelitian secara langsung, memilah sebagian data yang diperlukan, serta menganalisa data yang diperoleh dan membuat kesimpulan. Definisi metode penelitian menurut Sugiyono (2005:21) : “Metode deskriptif digunakan untuk menganalisa dan menerangkan akumulasi penelitian namun tidak di pergunakan untuk membentuk kesimpulan yang lebih luas”.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Penulis menggunakan metode observasi berdasarkan fakta yang terjadi di Saka Bistro. Margono(2003:165) berpendapat bahwa observasi didefinisikan sebagai pemantauan serta pencatatan dengan cara sistematis terhadap aktivitas kerja yang terlihat pada suatu objek penelitian.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan Bapak Syahril Sidik selaku Manajer di Saka Bistro untuk mendapatkan data yang diperlukan. Menurut Margono (2003:165) wawancara adalah suatu alat untuk mengumpulkan informasi atau laporan dengan cara

memberikan beberapa jumlah pertanyaan dengan cara lisan dan dijawab dengan cara lisan pula.

c. Kuesioner

Penulis membuat lalu memberikan kuesioner yang sudah dibuat kepada para remaja yang pernah maupun belum pernah datang ke Saka Bistro, dengan harapan untuk mengetahui dan mempermudah menganalisa masalah. Menurut Arikunto (2006:151) : “Angket atau Kuesioner adalah pernyataan tertulis yang dipergunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui”.

d. Studi Kepustakaan

Penulis mencari data penunjang terkait pembahasan setiap permasalahan yang ada di Saka Bistro dari berbagai buku untuk melengkapi pembahasan. Menurut Pohan dalam Prastowo (2012:81) : “Kegiatan penyusunan dan kajian bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi ilmiah, yang berupa teori, metode, atau pendekatan yang pernah berkembang dan telah didokumentasikan dalam bentuk buku, jurnal, naskah, catatan, rekaman sejarah, dokumen, dan lain-lain yang terdapat di perpustakaan”.

e. Pengolahan Data

Untuk pengolahan data penulis memakai Skala Likert untuk menggodok data berdasarkan hasil jawaban responden para

remaja. Sugiyono (2012:93) berpendapat bahwa skala likert dipergunakan untuk mengukur sikap persepsi serta pendapat seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial.

E. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penulis mengumpulkan sejumlah data dan menjalankan penelitian di Saka Bistro yang berlokasi pada Jalan Karang Sari No. 2, Sukajadi, Bandung.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan oleh penulis dimulai sejak awal bulan Agustus sampai dengan pertengahan bulan Desember 2019.