

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Setelah pembangunan dan peresmian Jembatan Suramadu pada tahun 2009, Kabupaten Bangkalan menjadi salah satu tujuan wisata di Provinsi Jawa Timur. Berdasarkan catatan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bangkalan (2015), jumlah wisatawan pada tahun 2012 sebanyak 31.104 orang, dan meningkat menjadi 962.356 orang pada tahun 2014. Peningkatan kunjungan wisatawan kedaerah Bangkalan, menjadi pendorong masyarakat Madura untuk melakukan berbagai kegiatan wirausaha seperti ; membuat kerajinan batik Madura, membuat industry kecil pengolahan camilan khas Madura, dan membuat warung atau rumah makan (RM) yang menyediakan aneka macam kuliner khas Madura.

Madura memiliki banyak makanan khas diantaranya soto Madura, sate Madura, Petis Madura, dan yang paling diminati pada saat ini adalah olahan berbahan dasar daging bebek. Terdapat aneka macam menu bebek yang bisa dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung ke Madura seperti bebek pedas sambal pencit, sate bebek, bebek songkem, dan lain-lain. Menu olahan bebek telah memberikan kontribusi yang cukup besar pada pendapatan daerah. Tercatat pada tahun 2013, kuliner olahan bebek mampu menyumbang sekitar 1,7 miliar rupiah kepada pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Bangkalan.

Di sepanjang jalan raya di daerah Bangkalan, banyak berdiri rumah makan (RM) atau warung yang menyediakan makanan olahan bebek, seperti : RM. Terak Bulan, RM. Olle olang, warung Bebek Songkem, RM. Potre Koneng, RM. Sinjay, dan masih banyak lagi warung-warung tenda yang menyediakan makanan khas tersebut. Namun diantara sekian banyak warung atau rumah makan yang menyediakan menu bebek, hanya RM. Sinjay yang sangat diminati oleh wisatawan.

RM. Sinjay yang berlokasi di jalan Raya Ketengan Bangkalan dalam satu hari rata-rata dikunjungi oleh sekitar 1200 pengunjung dan dapat menjual 500 ekor bebek goreng (Kominfo Jatim, 2015). Tingginya permintaan makanan olahan bebek

Sinjay mendatangkan omzet yang sangat besar bagi pemilik, masyarakat sekitar, maupun Pemerintah Daerah setempat.

Tingginya permintaan terhadap produk bebek sinjay, menjadi indicator bahwa layanan yang diberikan terhadap konsumen sangat baik. Secara teoritis ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dipengaruhi oleh banyak variabel diantaranya adalah persepsi konsumen terhadap kualitas dan rasa produk, harga, kemudahan untuk mendapatkannya, fasilitas yang disediakan, promosi yang dilakukan dan lain-lain. Jika variabel-variabel tersebut sesuai dengan minat konsumen maka konsumen akan menjadi pelanggan bagi produk yang dihasilkan.

Dalam konteks produk makanan, maka kesesuaian rasa yang ditawarkan akan menjadi penentu bagi kesetiaan pelanggan. Disamping itu keterjangkauan harga juga akan menjadi penyebab konsumen kembali membeli produk yang sama. Ketersediaan fasilitas parkir, toilet, tempat ibadah, menjadi penentu bagi konsumen untuk membeli sebuah produk (Setiadi, 2004).

Tingginya minat beli konsumen terhadap bebek Sinjay, merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Pemahaman terhadap persepsi konsumen sinjay akan memberikan informasi bagi pemilik warung untuk tetap mempertahankan variabel-variabel yang telah dipersepsikan positif oleh konsumen dan memperbaiki variabel-variabel yang masih dipersepsikan negatif oleh konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut,

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli makanan olahan bebek di RM. Sinjay ?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap atribut-atribut yang terdapat pada RM. Sinjay?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah,

1. Mengetahui karakteristik konsumen yang membeli makanan olahan bebek di RM. Sinjay
2. Mengetahui persepsi konsumen terhadap atribut-atribut yang terdapat pada RM. Sinjay

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis : hasil penelitian ini dapat menambah wawasan tentang persepsi konsumen, dan mengetahui teknik mendapatkan informasi tentang persepsi konsumen
2. Bagi pemilik RM. Bebek Sinjay :dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan pelayanan dengan mendasarkan pada keinginan konsumen
3. Bagi pengusaha warung atau rumah makan : dapat digunakan sebagai referensi untuk menentukan strategi pengembangan warung yang dikelolanya
4. Bagi peneliti lain : memberikan manfaat yaitu sebagai referensi dan acuan pembandingan untuk penelitian selanjutnya