

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan secara optimal, termasuk di bidang pariwisata. Dalam rangka mendukung pencapaian tujuan pembangunan dengan memperkuat pertumbuhan industri pariwisata, perlu dilakukan upaya pengembangan produk yang terkait dengan industri pariwisata. Pengembangan pariwisata erat kaitannya dengan pelestarian nilai-nilai kepribadian dan pengembangan budaya bangsa, dengan memanfaatkan sepenuhnya keindahan dan kekayaan alam serta budaya Indonesia. Pengelolaan, pemanfaatan dan pelestarian seluruh potensi yang ada. Sebuah destinasi wisata tercipta dari potensi tersebut. Pengembangan pariwisata dapat dijadikan sebagai peluang untuk menarik berbagai kegiatan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, sektor pariwisata merupakan sektor ekonomi yang dapat mengintegrasikan pembangunan ekonomi dalam berbagai dimensi di tingkat nasional, regional, dan global. Salah satu potensi wisata yang terus dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat adalah wisata kuliner yang merupakan bagian dari industri pariwisata global.

Wisata kuliner berasal dari bahasa asing yaitu *voyages culinaires* (perancis) atau *culinary tour* (inggris) yang berarti perjalanan yang berhubungan dengan masakan. Menurut *international culinary tourism Association* (ICTA), wisata kuliner terdiri dari aktivitas makanan dan minuman unik yang dilakukan oleh masing-masing dari wisatawan yang melakukan perjalanan. Berbeda dengan produk wisata lainnya seperti wisata bahari, wisata budaya dan wisata alam yang dapat dijual sebagai produk wisata utama, wisata kuliner biasanya dijual sebagai produk wisata tambahan.

Wisata kuliner juga dapat dimaksudkan sebagai wisata yang mana memberikan banyak fasilitas pelayanan dan juga aktivitas kuliner yang dibuat terpadu untuk dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh wisatawan, Rismiyanto dan Danangdjojo, (2015). Wisata kuliner merupakan komponen yang penting dari industri pariwisata, dan dapat memberikan pengalaman penting bagi para wisatawan yang datang berkunjung, Komala Dewi (2017). Wisata makanan menitikberatkan kepada keinginan dan harapan wisatawan dalam memahami budaya makan melalui adanya pengalaman fisik, Ellis (2018). Menurut Suryadana dan Vanny (2015: 31) pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Wisata kuliner memiliki daya tarik tersendiri bagi banyak orang. Kebutuhan akan makanan dan minuman tentunya sangat besar sehingga kedepannya kebutuhan makanan dan minuman akan semakin bertambah seiring dengan pertumbuhan penduduk.

Industri pariwisata yang sekarang sedang mengalami perkembangan pesat adalah bidang kuliner yaitu wisata yang berkaitan dengan penyediaan makanan dan minuman. Trend wisatawan sekarang adalah datang ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu makanan khas daerah tersebut dan tidak segan-segan membayar mahal untuk menikmati suatu hidangan. Perubahan gaya hidup masyarakat juga telah terjadi, mereka makan tidak hanya untuk mengenyangkan Perut saja, tetapi juga mencari suasana dan pelayanan sebagai bagian dari sajian makanan yang dipesan. Banyak restoran dan tempat makan baru didirikan dengan kualifikasi dan ciri khas masing-masing. Beragam sajian ditawarkan mulai dari makanan khas daerah yang sifatnya tradisional sampai makanan- makanan cepat saji yang bersifat modern.

Selain menikmati kuliner di restoran dan rumah makan, para wisatawan juga tertarik untuk membeli makanan khas sebagai oleh-oleh. Hal ini tentunya memberikan peluang bagi perkembangan wisata kuliner yang menawarkan berbagai objek wisata baik objek wisata alam, wisata pantai, maupun wisata budayanya. Bisnis kuliner sangat menarik untuk dilakukan sehingga ada banyak pengusaha kecil dan besar di industri makanan dan minuman. Salah satunya yang berada di kabupaten Bangkalan, Kecamatan Tanjung Bumi, lebih tepatnya di Bhujuk Korong yaitu Lesehan Singgasana. Lesehan Singgasana tersebut mempunyai cabang yang terletak di desa Maneron Kecamatan Sepuluh, Kabupaten Bangkalan. Wisata kuliner Lesehan Singgasana menjadi salah satu daya wisata yang mampu mendatangkan manfaat yang besar terhadap perekonomian masyarakat. Sudah bukan rahasia umum lagi Lesehan Singgasana memiliki makanan dan oleh-oleh dengan rasa yang khas, seperti: Gurame asam pedas manis, ayam bakar, ayam geprek, bebek bumbu, sate ayam, sate daging dan lain-lain. Hal inilah yang mendorong wisatawan tertarik untuk mencicipi kuliner di Lesehan Singgasana.

Tabel 1.1
Data perbandingan wisatawan yang datang ke objek wisata Lesehan
Singgasana (Tahun 2015- 2022)

Tahun	Singgasana 1 (Pengunjung)	Singgasana 2 (Pengunjung)
2015	12,450	-
2016	16,700	-
2017	20,525	-
2018	26,376	-
2019	25,120	-
2020	2,200	-
2021	2,763	-
September 2022	10,130	2,430
Total	116,264	2,430

Sumber: *survei tempat*

Daftar jumlah pengunjung yang datang ke wisata kuliner Lesehan Singgasana 1 dari tahun 2015-2022 September berjumlah 116,264 pengunjung, sementara Lesehan Singgasana 2 yang berlokasi di Tengket Kecamatan Sepuluh pada tahun 2022 September berjumlah 2,430 pengunjung. Nama Lesehan Singgasana itu sendiri diambil dari pemikiran bahwa ketika masyarakat berwisata ke Lesehan Singgasana akan dilayani seperti berada di singgasana raja. Lesehan Singgasana merupakan wisata kuliner yang berada di pinggir pantai dengan dilengkapi fasilitas yang tidak dimiliki oleh tempat wisata lain, yang berada di wilayah madura. Selain memiliki view yang bagus dan terdapat spot foto yang instagramable, Lesehan Singgasana juga dilengkapi wahana seperti speedboat sebagai penunjang daya tarik wisatawan.

Keberadaan wisata kuliner yang cukup besar dan banyak diminati oleh semua kalangan dari anak-anak hingga dewasa. Oleh karena itu, selain sarana dan prasarana yang diperbaiki sikap konsumen juga harus diperhatikan. Sikap konsumen juga menentukan proses pengambilan keputusan. Mengidentifikasi masalah, menemukan informasi, mengevaluasi alternatif, membuat keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Pelaku usaha (penjual) harus senantiasa mengetahui dan mempelajari sikap konsumen dan perubahannya agar dapat menyesuaikan program pelayanan dan preferensi serta kebutuhan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkannya. Salah satu cara untuk mendapatkan analisis mengenai sikap konsumen terhadap multiatribut produknya adalah dengan melakukan sebuah riset, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai sikap konsumen apa saja yang disukai dan tidak disukai atas produknya. Oleh karena itu yang paling populer digunakan para peneliti dalam meneliti sikap konsumen adalah dengan menggunakan Model Multiatribut Sikap dari Fishbein.

Model Fishbein menggambarkan bahwa sikap konsumen terhadap suatu produk atau merek sebuah produk ditentukan oleh dua hal yaitu (1) kepercayaan (*belief*) terhadap suatu atribut yang dimiliki produk atau merek. (2) Evaluasi (*evaluation*) pentingnya atribut dari produk tersebut. (Bilson Simamora) model fishbein didasarkan pada pemikiran bahwa sikap dibentuk oleh komponen kepercayaan (*beliefs*) dan perasaan (*feelings*). Model ini sendiri dapat dijelaskan dua jenis sikap berdasarkan objek sikap, yaitu sikap terhadap objek (*attitude toward object*) dan sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*).

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah sikap konsumen dimana sikap adalah suatu perilaku yang menunjukkan apa yang disukai dan apa yang tidak disukai konsumen (Kotler & Amstrong, 2012). Selain itu Mowen dan Minor (2002) menjelaskan sikap (attitude) “sebagai afeksi atau perasaan untuk atau terhadap sebuah rangsangan”. Pada riset ini menggunakan metode sikap perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsiannya, dan penghabisan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut. Menurut Ujang Sumarwan (2015, p.165) sikap (attitudes) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (belief) dan perilaku (behavior). Mowen dan Minor menyebut bahwa istilah pembentukan sikap konsumen (consumer attitude formation) sering kali menggambarkan hubungan antara kepercayaan, sikap, dan perilaku. Menurut J. Paul Peter Jerry C. Olson (2017, p.131) Sikap adalah kondisi mental dan neural dari kesiapan untuk merespon, mengorganisasi melalui pengalaman, dan mengaplikasikan pengaruh secara langsung dan dinamis atas perilaku. Dimensi dari tentang model fishbein sikap memiliki tiga komponen yang saling berhubungan yaitu: kognitif (pengetahuan mengenai objek), afeksi (evaluasi positif atau negatif atas objek), dan konatif (perilaku disengaja terhadap objek). Sikap ini yang kemudian dapat mengantarkan konsumen untuk menentukan pilihan atau preferensi. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti ini mengambil judul

“Analisis Sikap Konsumen pada Wisata Kuliner Lesehan Singgasana di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan”.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana sikap konsumen pada wisata kuliner Lesehan Singgasana di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan?

1.3. Tujuan Penelitian

Melihat dari latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan yang hendak di capai adalah:

Untuk menganalisis sikap konsumen pada Wisata Kuliner Lesehan Singgasana di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi wisata kuliner Lesehan Singgasana

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam meningkatkan mutu di wisata kuliner Lesehan Singgasana untuk masa mendatang

2. Bagi Peneliti

Sebagai tugas akhir dan untuk menerapkan ilmu yang didapatkan selama kuliah serta menggunakan pengetahuan teoritis dengan praktek nyata sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

3. Bagi Masyarakat

untuk meningkatkan wawasan masyarakat mengenai manajemen pemasaran pada umumnya serta pentingnya analisis sikap konsumen pada wisata kuliner Lesehan Singgasana.