

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pengembangan industri kreatif sangat gencar dilakukan di berbagai negara akhir-akhir ini. Model bisnis yang mengutamakan kreativitas dan informasi dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi. Di Indonesia industri kreatif dikembangkan pada tahun 2006 oleh Menteri Perdagangan. Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri kreatif dimana sumber daya manusia cukup banyak bagi pengembangan industri kreatif. Industri Kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasian ide atau kekayaan intelektual menjadi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan.

Salah satu aspek terpenting dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia adalah penciptaan wirausahawan kreatif. Karena para wirausahawan inilah yang akan berperan penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Saat ini, Indonesia belum masuk kedalam kelompok negara industri maju di dunia karena masih banyak aspek yang menjadi persoalan dalam mengembangkan sektor industri nasional. Salah satunya adalah masih minimnya pelaku usaha atau pengusaha pada sektor ekonomi terutama ekonomi kreatif. Ini bisa dilihat dari jumlah pengusaha di Indonesia baru sebanyak 440 ribu pengusaha atau sekitar 0,2 % dari total penduduk Indonesia. Bandingkan dengan negara-negara industri maju seperti Amerika Serikat (20%), Jepang (18%), Inggris (18%), Singapura (10%), China (5%) dan India (5%).

Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2013 menghasilkan sebesar 9.109.129,4 miliar rupiah. Angka tersebut merupakan peningkatan atas PDB pada tahun 2012 sebesar 8.241.864,3 miliar rupiah. Perbandingan kedua PDB tersebut mengindikasikan pertumbuhan sebesar 10,52%. Seluruh angka-angka tersebut diperoleh atas dasar harga yang berlaku meliputi 10 sektor ekonomi di Indonesia. Pada tahun 2013 sektor yang memberi kontribusi terbesar adalah sektor industri pengolahan (sebesar 1.864.897,05 miliar), selanjutnya disusul oleh sektor pertambangan dan penggalian (sebesar 1.303.177,30 miliar). Berikut

pencapaian PDB Indonesia pada tahun 2012 s.d. 2013 beserta uraian 10 sektor ekonomi dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Pencapaian PDB negara Indonesia tahun 2012 - 2013

Sektor	Uraian	2012	2013
1	Pertanian, Pertanian, Kehutanan, Dan Perikanan	1.190.412,4	1.303.177,3
2	Pertambangan dan Penggalian	970.599,6	1.001.485,3
3	Industri Pengolahan	1.720.574	1.864.897,1
4	Listrik, Gas, dan Air Bersih	65.124	72.496,1
5	Konstruksi	860.964,8	965.135,9
6	Perdagangan	905.151,5	1.024.379,2
7	Pengangkutan dan Komunikasi	541.930,4	631.278,6
8	Keungan, Real Estat, dan Jasa Persahaan	554.218,7	639.092,2
9	Jasa-jas	854.127,4	965.371,3
10	Ekonomi Kreatif	578.760,6	641.815,5
PDB Indonesia		8.241.864,3	9.109.129,4

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2013

Pada tabel di atas sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 641.815,4 miliar dari total 9.109.129,4 miliar rupiah. Kontribusi ini menempatkan sektor ekonomi kreatif di peringkat ketujuh dari 10 sektor ekonomi dengan persentase mencapai 10,9%. Sektor ekonomi kreatif terdiri dari 15 subsektor sehingga dapat memperoleh kontribusi Nilai Tambah Bruto (NTB) dari kelima belasnya. Melalui kontribusi persubsektor,

Subsektor kuliner meraih peringkat pertama dari 15 subsektor dengan kontribusi mencapai 208.632,75 miliar atau 33%. Di bawah subsektor kuliner, terdapat subsektor mode (fesyen) yang memberikan kontribusi NTB sebesar 181.570,3 miliar atau 27%. Berikut ini merupakan detail pencapaian NTB Indonesia pada tahun 2012 s.d. 2013 beserta uraian 15 subsektor ekonomi kreatif pada tabel 1.2.

Tabel 1.2
Pencapaian NTB Negara Indonesia Tahun 2012 - 2013

Sektor	Uraian	2012	2013
1	Periklanan	3.168,3	3.754,2
2	Arsitektur	11.510,3	12.890,9
3	Pasar Barang Seni	1.737,4	2.001,3
4	Kerajinan	84.222,9	92.650,9
5	Desain	22.234,5	25.042,7
6	Fesyen	164.538,3	181.570,3
7	Film, Video, dan Fotografi	7.399,8	8.401,4
8	Permainan Interaktif	4.247,5	4.817,3
9	Musik	4.798,9	5.237,1
10	Seni Pertunjukan	2.294,1	2.595,3
11	Penerbitan dan Percetakan	47.896,7	52.037,6
12	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	9.384,2	10.064,8
13	Radio dan Televisi	17.518,6	20.340,5
14	Riset dan Pengembangan	11.040,9	11.778,5
15	Kuliner	186.768	208.632,75
Jumlah Ekonomi Kreatif		578.760,6	641.815,5

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2013

Usaha kuliner banyak berkembang di kota-kota besar di Indonesia, termasuk kota Surabaya, yang merupakan kota terbesar kedua di Indonesia, dimana pusat bisnis, perdagangan, industri untuk kawasan Indonesia timur. Salah satu bisnis yang memiliki pertumbuhan yang baik di Surabaya adalah bisnis kuliner, sebuah usaha yang berhubungan dengan makanan. Mengingat akan kesibukan masyarakat perkotaan yang menyita waktu untuk menyiapkan makanan, menjadi daya tarik bagi pemilik modal untuk mengembangkan usaha pelayanan makanan. Menurut Dinas Informasi Kepariwisata dan Kebudayaan, perkembangan restoran di Surabaya dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3
Perkembangan Restoran di Surabaya Tahun 2011-2013

Tempat Makan	Jumlah Perkembangan Per Tahun		
	2011	2012	2013
Restoran	272	320	376

Sumber : Dinas Informasi Kepariwisata dan Kebudayaan Kota Surabaya, 2013

Berdasarkan Tabel 1.3, perkembangan restoran di Surabaya dari tahun 2011 sampai tahun 2013 mengalami peningkatan 15 persen pertahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa prospek restoran di Surabaya sangat bagus untuk dikembangkan.

Kampoeng Steak merupakan salah satu restoran di Surabaya yang menyajikan berbagai varian *steak*. Masyarakat untuk menikmati *steak* tidak harus

pergi ke hotel berbintang dengan harga yang mahal. Menu *Steak* disini telah dikemas ulang dan disesuaikan dengan lidah masyarakat Jawa. Kampoeng Steak adalah pilihan yang tepat untuk dinikmati mulai dari pelajar, eksekutif dan keluarga, tanpa mengkhawatirkan harga dan rasa. Masyarakat bisa menikmati berbagai macam *steak*, mulai dari daging impor hingga lokal bahkan bagi yang tidak suka makan daging sapi, masih banyak pilihan yang bisa dinikmati, seperti *steak* dari daging ayam atau *seafood*. Kampoeng Steak memiliki ciri khas tersendiri dalam hal interior, bangku dan meja yang digunakan berbahan jati belanda, tidak ada sofa empuk atau interior-interior modern sehingga nuansa kampung benar-benar terasa. Masyarakat tidak sekedar menikmati *steak* yang murah dan enak tetapi bisa merasakan nuansa kampung dan betah berlama-lama.

Perkembangan usaha jasa penyediaan makanan semakin hari terus meningkat sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Untuk itu restoran Kampoeng Steak Surabaya memerlukan informasi tentang perilaku konsumen untuk bisa terus menghadapi persaingan yang ada dengan tujuan bisa memberi kepuasan kepada konsumennya. Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh salah satu faktor yaitu konsumen. Untuk meraih keberhasilan tersebut, perusahaan harus memuaskan konsumennya dengan semua atribut yang ditawarkan restoran Kampoeng Steak. Jika kepuasan telah didapatkan akan sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian di atas yang menjadi sorotan utama dalam penelitian ini yaitu sikap konsumen dalam pemilihan tempat makan di restoran Kampoeng Steak Surabaya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen di restoran Kampoeng Steak?
2. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh restoran Kampoeng Steak?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen di restoran Kampoeng Steak.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh restoran Kampoeng Steak.