

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Industri kuliner di Indonesia, merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan pariwisata Indonesia. Kuliner bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata. Kuliner saat ini menjadi gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pertumbuhan kuliner sangat berkembang pesat, semakin diminati masyarakat, semakin kreatif, dan inovatif. Wisata kuliner sangat diminati masyarakat Indonesia hal ini terlihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mencapai angka 8% pada tahun 2012 dan 13% pada tahun 2013.

Kota Palembang merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan merupakan ibu kota dari Sumatera Selatan. Di kota Palembang ini terdapat berbagai macam destinasi wisata yang menarik salah satunya adalah Wisata Kuliner.

Wisata Kuliner didefinisikan sebagai kunjungan untuk tujuan utama dan pendukung pada industri makanan, festival pesta makan, rumah makan, dan lokasi khusus dimana untuk mencicipi makanan dan atau sifatnya pengalaman dari makanan yang dihasilkan/khas daerah adalah faktor motivasi utama untuk melakukan perjalanan. (Hall and Mitchel, 2001:308).

Berikut ini dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara ke provinsi Sumatera Selatan

**Tabel 1.1**  
**Data Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi Sumatera Selatan**

<b>Wisatawan</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Mancanegara	42.953	30.117	31.408	32.365	48.321	55.000
Nusantara	3.162.169	3.225.261	3.243.313	3.406.385	5.704.959	5.800.000

**Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan, 2017**

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Sumatera Selatan cenderung meningkat pada tahun 2011 – 2016. Hal ini membuktikan bahwa Sumatera Selatan memiliki daya wisata yang cukup besar bagi wisatawan.

Dengan banyaknya tempat wisata di Sumatera Selatan dan banyak pengunjung yang berdatangan, khususnya di kota Palembang sangat di butuhkan tempat makan seperti restoran atau cafe. Mengingat di kota Palembang sendiri memiliki berbagai macam destinasi wisata menarik yang sering dikunjungi wisatawan. Karena pariwisata dan makanan merupakan duet ideal, manakala akses dari kegiatan pariwisata selalu membutuhkan makanan. Dibuktikan dari keberadaan berbagai fasilitas pendukung wisata seperti restoran, kafe, bar, atau bahkan warung kaki lima.

Berikut dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara ke kota Palembang

**Tabel 1.2**  
**Data Kunjungan Wisatawan Ke Kota Palembang**

<b>Wisatawan</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Mancanegara	6.500	2.749	6.246	8.861	8.028	9.261
Nusantara	1.708.290	1.383.994	1.660.871	1.819.346	1.724.275	1.899.887

**Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palembang, 2017**

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke kota Palembang cenderung meningkat. Hal ini juga dapat berpotensi mengembangkan industri makanan tradisional, terutama pempek. Pempek merupakan salah satu kuliner khas Sumatera Selatan umumnya dan Palembang khususnya.

Menurut Made Astawan (2010) “Pempek adalah produk pangan tradisional yang dapat digolongkan sebagai gel ikan, sama halnya seperti otak-otak atau *kamaboko* di Jepang”. Seiring dengan penerimaan masyarakat yang kian meluas, jumlah restoran penjual makanan yang juga menjadi ikon kuliner Kota Palembang ini semakin bertambah dari waktu ke waktu. Ikan yang digunakan untuk pembuatan pempek sejatinya adalah ikan belida (*Notopterus chitala*).

Namun, karena semakin langkanya ikan purba yang mendiami Sungai Musi(<http://food.detik.com/read/2015/05/26/085720/2924883/297/populasi-menurun-pempek-palembang-tak-lagi-pakai-daging-ikan-belida>), ikan yang digunakan untuk pembuatan pempek pun menjadi lebih bervariasi. Pada prinsipnya, semua ikan air tawar dan laut bisa dipakai untuk bahan membuat pempek. Namun, pada umumnya untuk mendapatkan rasa pempek Palembang yang enak hanya akan menggunakan tiga jenis ikan, yakni Belida, Gabus, dan Tenggiri. Faktor inilah yang membuat perlunya inovasi dan kreasi dalam pembuatan pempek dengan bahan baku lain, apabila suatu hari nanti populasi ikan lain juga menurun. Karena produksi pempek harus tetap berlanjut, Mengingat makanan rakyat khas Palembang ini sangat diminati warga setempat maupun para pendatang, termasuk turis domestik dan mancanegara. Setiap pendatang atau turis masuk ke kota Palembang dan sekitarnya dipastikan akan mencari dan mencoba mengkonsumsi makanan khas tersebut.

Animo masyarakat yang besar atas makanan pempek membuat banyak pelaku bisnis pempek mulai melihat potensi tersebut. Salah satu inovasi dan kreasi yang dapat dilakukan adalah dengan membuat pempek vegetarian. seperti yang ada di Restoran Hao Xing Fu Palembang, Restoran Hao Xing Fu ini berdiri sejak tahun 2011 dan berlokasi di Jalan Residen A.Rozak No.1-3 Rt 16 Rw 06 Kel.8 Ilir Palembang. Restoran ini adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman dimana bahan dasar semua makanan di tempat ini merupakan olahan dari vegetarian. Termasuk juga di Restoran ini terdapat kuliner khas Palembang, pempek. Atau lebih tepatnya pempek vegetarian. Pempek vegetarian itu sama seperti pempek pada umumnya, yang membedakannya adalah tanpa menggunakan ikan. Pempek vegetarian di restoran ini juga mempunyai berbagai macam jenis contohnya pempek kari, pempek kulit, pempek rumput laut, pempek pistel, pempek isi (belah). Pempek-pempek ini pun memiliki keunikan tersendiri seperti pempek belah yang isinya terbuat dari roti gabin yang dihancurkan dilapisi dengan saus.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manager Restoran Hao Xing Fu pada tanggal 15 Maret 2017, awalnya pangsa pasar mereka adalah masyarakat Chinese yang vegetarian/tidak makan daging, sehingga semua olahan makanan di restoran ini menggunakan vegetarian. Selain itu pentingnya pola hidup sehat juga menjadi dasar restoran ini dalam mengembangkan makanan vegetarian. sehingga hingga saat ini telah banyak juga masyarakat umum yang mencoba olahan makanan di restoran ini.

Menurut Saragih dalam Sari (2014:2) “Vegetarian merupakan ajaran agama/kepercayaan. Hal ini juga dinyatakan oleh kaum Budha Maitreya yang memiliki keyakinan bahwa dengan menjadi vegetarian, tidak memakan daging berfungsi hanya untuk menghormati apa yang menjadi dasar dari ajaran mereka sendiri”.

Sedangkan menurut Rizky dalam Sari (2014:2) “Vegetarian kemudian berkembang menjadi gaya hidup masyarakat. Bahkan, alasan orang mengkonsumsi vegetarian telah berkembang dan menstransformasi diri dari kesehatan menjadi cinta akan hewan, etika sampai isu lingkungan”.

Sedangkan menurut Susianto dalam Sari (2014:3), Dari berbagai alasan tersebut dan juga didapati beberapa penelitian terbaru ditemukan bahwa banyak penyakit kronis timbul akibat mengkonsumsi makanan hewani yang tinggi kolesterol dan lemak jenuh.

Pada tahun 2005, 60% kematian atau setara dengan 35 juta jiwa di dunia disebabkan penyakit kronis, yaitu 30% penyakit kardiovaskular, 13% kanker, 2% diabetes, dan 9% penyakit kronis lainnya. Selain itu, seseorang memutuskan untuk menjadi vegetarian dari hasil laporan PBB pada november 2006 menyebutkan bahwa 18% emisi gas rumah kaca berasal dari aktivitas peternakan, misalnya ternak ayam, sapi ataupun babi. Angka tersebut lebih besar dibandingkan dengan sektor transportasi yang hanya menyumbang 13%. Dengan melihat fakta yang ada, memutuskan untuk menjadi vegetarian adalah sebuah pilihan hidup terutama jika sudah menyangkut pola makan. Berbagai hal melatar belakangi seseorang untuk menjadi vegetarian. Tidak dipungkiri, pola makan bisa mempengaruhi kesehatan seseorang. Ketika seseorang telah sadar betul akan pola makanannya bermasalah maka mereka mulai berpikir dan memilih pola

makan yang sehat.

**Tabel 1.3**  
**Data Top Brand Pempek Palembang**

<b>Merek</b>	<b>Persentase</b>	<b>TOP</b>
Pempek Candy	25,80%	TOP
Pempek Pak Raden	21,50%	TOP
PempekVico	18,80%	TOP
Pempek Saga	11,70%	
PempekBeringin	8,70%	

**Sumber : Wisatapalembang.com (Diakses 5 maret 2017)**

Jika dilihat dari data top brand pempek Palembang tersebut, Pempek Vegetarian di restoran ini belum termasuk ke dalam lima besar pempek yang terkenal di kota Palembang, Hal ini di karena kan banyak masyarakat yang belum mengetahui pempek vegetarian, dan masyarakat hanya mengetahui pempek-pempek pada umumnya yang telah dijual sejak lama dan terkenal secara turun-temurun. Padahal pempek vegetarian ini merupakan salah satu inovasi dan kreasi baru yang harus dicoba, Pempek vegetarian harus dapat membangun citra merek yang baik yang dapat mendukung posisi produk di pasar sasarnya. Dalam membangun citra merek yang baik tersebut tentunya perusahaan harus bisa merubah pandangan konsumen akan merek produk perusahaan yang ditawarkan. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Sutisna dan Prawita (2008:83) bahwa konsumen dengan citra yang positif terhadap suatu merek lebih mungkin untuk melakukan pembelian.

Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan promosi. Menurut Kotler dalam Ginting (2011:190) “Bauran promosi adalah campuran dari periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat”.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Analisis Bauran Promosi Dalam Memperkenalkan Pempek Vegetarian (Studi Kasus Restoran Hao Xing Fu Palembang)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis bahas dalam penelitian ini yaitu Bagaimana bauran promosi pada Restoran Hao Xing Fu dalam memperkenalkan pempek vegetarian ?

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan, lebih terarah, tepat waktu dan dapat dilakukan penulis secara maksimal, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu Bauran promosi pada Restoran Hao Xing Fu dalam memperkenalkan pempek vegetarian.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Bauran promosi pada Restoran Hao Xing Fu dalam memperkenalkan pempek vegetarian sudah baik.
2. Untuk mengetahui usaha-usaha dalam memperbaiki bauran promosi yang baik yang harusnya dilakukan Restoran Hao Xing Fu dalam memperkenalkan pempek vegetarian.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

### **1. Manfaat Praktis**

Manfaat dari penulisan ini semoga dapat memberikan gambaran bagi pembaca mengenai wisata kuliner, serta diharapkan dapat menjadi masukan positif untuk melakukan perbaikan di bidang pemasaran yang dapat membantu memperkenalkan pempek vegetarian.

### **2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan dunia pariwisata, khususnya menambah khasanah keilmuan dalam bidang pemasaran dan bermanfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang pariwisata.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab yang merupakan pendahuluan yang memberikan gambaran umum tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab yang memuat tentang teori yang akan dijadikan landasan dalam menganalisis masalah penelitian untuk memberikan konteks yang jelas terhadap topik atau permasalahan yang di angkat dalam penelitian.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Metode penelitian terdiri dari pendekatan penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini penulis akan menganalisis bagaimana bauran promosi pada Restoran Hao Xing Fu dalam memperkenalkan pempek vegetarian dengan

teknik analisis kualitatif model Miles and Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

#### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dan memberikan saran mengenai pembahasan yang telah dilakukan pada bab IV.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**