

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Palembang adalah ibu kota provinsi Sumatera Selatan. Palembang adalah kota terbesar kedua di Sumatera setelah Medan. Kota Palembang memiliki luas wilayah 358,55 km² yang dihuni 1,8 juta orang dengan kepadatan penduduk 4.800 per km². Diprediksikan pada tahun 2030 mendatang kota ini akan dihuni 2,5 Juta orang. Pembangunan LRT (kereta api layang), dan rencana pembangunan sirkuit motor GP di kawasan Jakabaring dan sirkuit F1 di kawasan Tanjung Api-Api merupakan proyek pengembangan Kota Palembang terkini (https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Palembang).

Selain itu, Palembang juga sering menjadi tuan rumah dalam *event* internasional seperti *Sea Games*, *Islamic Solidarity Games*, *University Games* dan menjadi tuan rumah untuk *Asian Games* pada tahun 2018 mendatang. Dengan adanya event internasional maka akan meningkatkan sektor pariwisata di Kota Palembang. Karena sektor pariwisata yang berstandar internasional dapat menarik minat pengunjung pariwisata di Kota Palembang. Diharapkan juga dengan diselenggarakannya *Event Asian Games* pada tahun 2018 dimana Kota Palembang terpilih menjadi tuan rumah penyelenggara event akan berdampak pada pariwisata dan meningkatkan jumlah pengunjung di kota Palembang. Pada table 4.1 dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara yang berkunjung ke Kota Palembang mulai dari tahun 2014 hingga tahun 2016.

Tabel 1.1
Kunjungan Wisatawan Nusantara Dan Mancanegara
Di Kota Palembang Tahun 2016

Tahun	Jumlah Kunjungan Orang		Jumlah Orang
	Nusantara	Manca negara	
2014	1.819.346	8.861	1.828.207
2015	1.724.275	8.028	1.732.303
2016	1.899.887	9.261	1.909.148

Sumber: Olahan data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palembang

Menurut etimologi kata **“pariwisata”** diidentikkan dengan kata **“travel”** dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan **Sinaga (2010:12)**. Pariwisata menurut UU No. 9 Tahun 1990 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.

Dari data mendukung pendapat yang dikemukakan oleh **Pendit (2003:33)** menjelaskan tentang kepariwisataan sebagai suatu kegiatan yang dapat memberikan dorongan langsung terhadap kemajuan pembangunan atau perbaikan pelabuhan-pelabuhan (laut atau udara), jalan-jalan raya, pengangkutan setempat, program-program kebersihan atau kesehatan, pilot proyek sasana budaya dan kelestarian lingkungan dan sebagainya. Secara fisik pembangunan di Kota Palembang relatif banyak seiring gencarnya promosi pariwisata. Diantara pembangunan tersebut berupa infrastruktur, hotel, restoran, dan pengembangan objek wisata.

Seperti yang disebutkan sebelumnya industri di Kota Palembang juga ikut semakin berkembang. Baik dari industri dalam skala besar hingga industri kecil. Usaha-usaha yang menunjang pariwisata dan kepariwisataan juga ikut menjamur.

Selain wisata alam atau keindahan kota yang menjadi destinasi para wisatawan satu yang menjadi buruan dan daya tarik para wisatawan adalah wisata kuliner dari tempat tujuan wisata yang mereka kunjungi. Dimana wisata kuliner merupakan usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.

Culinary tourism (wisata kuliner) merupakan relatif baru di dunia industri pariwisata, buktinya tampak dimana wisata kuliner mulai berkembang sejak tahun 2001, dimana seorang Erik Wolf selaku Presiden Ikatan Wisata Kuliner Internasional mengesahkan di atas selembar kertas putih mengenai lahirnya Ikatan tersebut (*Internatioal Culinary Tourism Association*). Wisata kuliner dapat diartikan sebagai suatu pencarian akan pengalaman kuliner yang unik dan selalu terkenang dengan beragam jenis, yang sering dinikmati dalam setiap perjalanan, akan tetapi bisa juga kita menjadi wisatawan kuliner di rumah sendiri. (*Culinary Tourism is defined as the pursuit of unique and memorable culinary experience of all kinds, often while travelling, but one can also be a culinary tourist at home.*)

Wisata kuliner menjadi salah satu faktor penunjang perekonomian kota Palembang masuk dalam kategori Usaha Kecil Menengah. Dimana wisatawan yang berkunjung ke kota Palembang tidak hanya menikmati indahnya objek wisata yang ditawarkan tetapi wisatawan juga bisa menikmati makanan khas kota yang dikunjungi.

Tabel 1.2

Makanan Khas Palembang

No	Jenis Makanan	Bahan Makanan
1	Pempek	Bahan dasar utama daging ikan dan sagu
2	Tekwan	Bahan dasar utama daging ikan dan sagu
3	Model	Bahan dasar utama daging ikan dan sagu
4	Laksan	Bahan dasar utama daging ikan dan sagu
5	Celimpungan	Bahan dasar utama daging ikan dan sagu
6	Mie Celor	Berbahan dasar mie kuning dengan ukuran agak besar dan disiram dengan kuah kental kaldu udang dan daging udang.
7	Burgo	Berbahan dasar tepung beras dan tepung sagu yang dibentuk mirip dadar gulung yang kemudian diiris, dinikmati dengan kuah santan
8	Lakso	Berbahan dasar tepung beras, mirip Burgo, namun bertekstur mie

9	Martabak HAR	Berbahan dasar tepung terigu, yang diberi telur bebek dan telur ayam,kuahnya berbahan kari kambing yang dicampur kentang
10	Pindang Patin	Berbahan dasar daging ikan patin yang direbus dengan bumbu pedas dan biasanya ditambahkan irisan buah nanas untuk memberikan rasa segar
11	Pindang Tulang	Berbahan dasar tulang sapi dengan sedikit daging yang masih menempel dan sumsum di dalam tulang.
12	Tempoyak	Berbahan dasar daging durian yang ditumis beserta irisan cabai dan bawang
13	Otak-otak	Bahan dasar utama daging ikan dan sagu
14	Kemplang	Bahan dasar utama daging ikan dan sagu. Mirip pempek lenjer yang di iris dan dikeringkan kemudian digoreng
15	Kerupuk	Mirip kemplang, hanya saja adonan dibentuk melingkar, dijemur, kemudian digoreng.
16	Kue Maksubah	berbahan dasar utama telur bebek dan susu kental manis.
17	Kue Delapan Jam	Berbahan dasar mirip kue maksubah, kue ini sesuai dengan namanya karena dalam proses pembuatannya membutuhkan waktu delapan jam
18	Kue Srikayo	Berbahan dasar utama telur dan daun pandan

Sumber: Wikipedia diakses tahun 2017

Berdasarkan pada table 1.2 makanan khas Kota Palembang sangat beragam mulai dari yang sangat terkenal baik secara nasional maupun di mancanegara seperti Pempek, maupun makan khas yang tidak awam bagi sebagian wisatawan seperti kue srikayo. Akan tetapi tidak hanya pempek, model, mie celor, hingga Kue Srikayo, salah satu kuliner Palembang yang tidak kalah terkenal adalah Martabak HAR. Martabak HAR merupakan makanan khas India, yang di bawa oleh Haji Abdul Razak yang berdiri sejak tahun 1947. Meskipun berasal dari India namun martabak HAR Palembang ini berbeda dengan martabak india, martabak Palembang memiliki kulit martabak yang lebih renyah dan isian yang sederhana yaitu telur ayam atau telur bebek.

Martabak HAR terbuat dari bahan dasar tepung terigu, telur, dan dimakan dengan kuah kare dengan irisan kentang dan daging kambing. Rumah makan yang merupakan cabang resmi dari Martabak HAR adalah rumah makan yang di dalamnya atau pada papan namanya terdapat foto Haji Abdul Rozak. Hingga saat ini, sudah terdapat beberapa rumah makan cabang martabak HAR di kota

Palembang dan ada juga diluar kota Palembang. Tetapi bila ingin mencoba mengunjungi rumah makan martabak HAR yang pertama, pengunjung bisa mengunjungi “Toko Kopi HAR” yang berada di Jln. Jendral Sudirman dekat bundaran air mancur Palembang (depan Masjid Agung Palembang). Menurut sumber rumah makan Martabak HAR menjadi kebanggan orang Palembang serta menjadi idola bagi pelancong yang berkunjung ke Kota Palembang.

Martabak HAR merupakan salah satu usaha turun temurun. Setiap cabang Martabak HAR dikelola langsung dari keturunan keluarga Haji Abdul Rozak sendiri. Dari setiap cabang Martabak HAR pastinya mengharapkan keuntungan yang berasal dari hasil penjualan, dimana penjualan akan meningkat jika mereka mampu mempertahankan kualitas produk yang dijual. Usaha meningkatkan penjualan ini sangat penting sekali bagi suatu usaha. Ketika usaha tersebut (Martabak HAR) tidak mampu memenuhi selera konsumen, maka usaha tersebut akan mengalami penurunan penjualan. Jika usaha tersebut tahun demi tahun mengalami kemunduran pada penjualannya sudah dipastikan usaha akan gulung tikar. Misalnya, dengan semakin banyaknya pesaing usaha maka persaingan dalam jenis industri yang sama sebaiknya mempunyai spesifikasi produk yang unggul.

Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Aktivitas bauran pemasaran memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Penggunaan konsep pemasaran yang baik dapat menyebabkan berhasilnya bisnis yang dilakukan perusahaan, yaitu hasil produksi dapat diterima dengan baik oleh konsumen sehingga hasil penjualan produk perusahaan dapat meningkat. Konsep pemasaran menyatakan bahwa konsumen berbeda kebutuhannya dan program pemasaran akan lebih efektif bila dirancang untuk tiap kelompok pelanggan sasaran.

Maka perusahaan tersebut haruslah menerapkan Strategi pemasaran dengan memperhatikan produk yang dihasilkan berkualitas akan mempengaruhi tingkat penjualan. Harga yang ditawarkan kepada konsumen terjangkau atau sesuai kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen sehingga akan meningkatkan

penjualan. Promosi yang dilakukan secara rutin baik melalui media massa dan media elektronik (koran, internet) akan mempengaruhi minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Saluran distribusi yaitu penempatan lokasi perusahaan yang terjangkau atau strategis, sehingga memudahkan konsumen untuk datang atau mengadakan transaksi akan produk tersebut. Dari pentingnya peranan marketing mix dalam usaha meningkatkan penjualan atau pencapaian laba yang diharapkan perusahaan, maka perusahaan harus tepat dalam menerapkan strategi pemasaran. Hal inilah yang melatarbelakangi saya untuk mencari tahu mengenai **“Strategi Pemasaran Kuliner Khas Palembang (Studi Kasus Martabak HAR Cabang Kolonel Atmo Palembang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, pada penelitian kali ini peneliti ingin mengetahui:

- a) Bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Martabak HAR dalam meningkatkan penjualan?
- b) Bagaimana karakteristik konsumen dan tanggapan konsumen mengenai strategi bauran pemasaran?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis membatasi ruang lingkup dalam pembahasan agar tidak menyimpang dari pembahasan yang ada yaitu tentang Bauran Pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) serta bagaimana karakteristik konsumen dan tanggapan konsumen mengenai strategi bauran pemasaran Martabak HAR Cabang Kolonel Atmo Palembang.

1.4 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan Skripsi ini adalah untuk:

- a) Mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Martabak HAR dalam meningkatkan penjualan.

- b) Mengidentifikasi karakteristik konsumen Martabak HAR dan mengetahui tanggapan konsumen mengenai strategi bauran pemasaran Martabak HAR.

1.5 Manfaat Penulisan

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan Skripsi ini adalah untuk:

- a. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini untuk menambah wawasan penelitian sebagai sarana mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dalam praktek yang sesungguhnya dan untuk melengkapi tugas sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana strata (S1) Usaha Perjalanan Pariwisata.

- b. Bagi Perusahaan

Diharapkan sebagai salah satu bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan yang ditinjau berdasarkan karakteristik konsumen dan hasil tanggapan konsumen mengenai strategi bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) yang diterapkan Martabak HAR. Dan perusahaan mampu meninjau kembali mana yang perlu ditingkatkan dari strategi bauran pemasaran yang telah diterapkan sebelumnya.

- c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan dalam menganalisis strategi pemasaran serta sebagai bahan referensi kepustakaan dan literature bagi mahasiswa dan pihak-pihak yang akan menyusun karya ilmiah dengan topik yang sejenis, sehingga dapat menambah pengetahuan dan bahan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan ini dimaksudkan untuk dapat memberikan sedikit gambaran mengenai isi Skripsi secara ringkas dan jelas, sehingga antara bab satu dengan bab lain akan saling berhubungan. Adapun perincian sistematika penyusunan sebagai berikut:

- a. BAB I
- b. Merupakan bab pendahuluan yang memaparkan secara singkat tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- c. BAB II
Merupakan bab landasan teori yang memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian, yang berhubungan dengan strategi pemasaran.
- d. BAB III
Merupakan bab metodologi penelitian terdiri dari pendekatan penelitian, ruang lingkup penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
- e. BAB IV
Merupakan analisis pembahasan dari Strategi pemasaran yang dilakukan Martabak HAR dan karakteristik konsumen dan tanggapan konsumen mengenai strategi bauran pemasaran
- d. BAB V
Dalam bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dan memberikan saran mengenai pembahasan yang telah dilakukan pada bab IV.
- f. DAFTAR PUSKATA
- g. LAMPIRAN