

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan tempat wisata yang sudah tidak asing lagi di mata wisatawan dalam negeri maupun manca negara. Sebutan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai kota pariwisata juga menggambarkan potensi provinsi ini sangat besar dalam bidang kepariwisataan. Buku statistik kepariwisataan tahun 2014 menyebutkan jumlah wisatawan yang datang ke Yogyakarta pada tahun 2012 mencapai 3,54 juta jiwa, dan pada tahun 2013 mencapai 3,81 juta jiwa. Perkembangan kunjungan wisata selama sembilan tahun terakhir menunjukkan bahwa setiap tahun jumlah kunjungan rata-rata meningkat sebesar 7,83% dari banyaknya tamu asing dan tamu dalam negeri yang datang menurut kelas hotel di kota Yogyakarta pada tahun 2013. Peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke DIY setiap tahun memicu para pengusaha industri menjadi lebih kreatif agar dapat bersaing dengan kompetitor di pasaran. Berdasarkan website resmi UMKM kota Yogyakarta tahun 2015, tercatat bahwa UMKM menurut klasifikasinya dibagi menjadi 5 kelompok besar, yaitu Kelompok Kerajinan dan Umum (22%) Kelompok Kimia dan Bahan Bangunan (5%), Kelompok Logam dan Elektronika (9%), Kelompok Pengelolaan Pangan (45%), Kelompok Sandang dan Kulit (19%) dengan total 2082 UMKM.. Dari data ini menunjukkan bahwa kelompok Pengelolaan Pangan menempati presentasi yang paling besar. Hal ini menuntut para pengusaha kecil dan menengah untuk lebih kreatif dan inovatif dalam pengembangan produknya agar dapat bersaing di pasaran, khususnya untuk menarik pembeli di kalangan wisatawan yang datang di kota Yogyakarta.

Usaha ampyang merk FIA ini sudah berdiri sejak tahun 1994 dan lebih dikenal dengan nama Bu Datik, Nama Bu Datik ini merupakan nama dari Ibunda Bapak Agung selaku pemilik usaha. Setelah Bu Datik meninggal dunia beberapa tahun yang lalu, salah satu anaknya bernama Bapak Agung ini membuat merk dagang sendiri yaitu FIA. Home industri ini merupakan salah satu produsen makanan ringan di Yogyakarta. Salah satu produk yang menjadi unggulan dari UMKM ini adalah ampyang. UMKM FIA ini menghasilkan kurang lebih sekitar 54 bungkus ampyang dalam sekali produksi. Ampyang adalah salah satu dari sekian banyak makanan khas Jawa yang digemari wisatawan dan selalu ada di toko oleh-oleh di

daerah Jawa. Hal ini menjadikan tingkat kompetisi yang tinggi bagi para produsen ampyang. Berbeda dari ampyang pada umumnya yang berbahan dasar kacang tanah dan gula jawa, Ampyang dengan merk FIA ini dikembangkan dengan coklat dan susu yang diproses dengan oven, sehingga memiliki cita rasa yang khas dan berbeda dengan makanan sejenis. Seiring bertambahnya jumlah penduduk dan bertambahnya jumlah wisatawan yang datang ke Daerah Istimewa Yogyakarta, maka permintaan makanan ringan dan oleh-oleh khas Yogyakarta semakin tinggi. Hal ini menjadikan potensi yang besar ampyang coklat menjadi makanan ringan oleh-oleh khas Yogyakarta atau sekedar untuk dikonsumsi secara pribadi sebagai camilan.

Belum banyak yang mengetahui produk ampyang coklat, baik di kalangan masyarakat maupun wisatawan. Ampyang coklat merk FIA ini menggunakan kemasan kardus dengan berat ampyang 200gr dianggap belum dapat bersaing dengan kompetitor sejenis. Rata-rata produk yang terjual dalam 1 hari hanya sekitar 8-10 bungkus, hal ini belum mencerminkan usaha rumahan tersebut berhasil. Pemilik usaha ingin menarik lebih banyak konsumen, mengetahui pendapat masyarakat terhadap produknya, mengetahui di mana tempat penjualan yang tepat, ingin mengetahui berat ampyang yang cocok agar tidak kalah saing dengan kompetitor, dan ingin mengetahui seberapa besar potensi dan minat pasar terhadap produk ampyang. Ketidakkonsistenan dalam berproduksi menyebabkan banyak karyawan yang keluar dan mencari pekerjaan lain. Banyak masalah yang ada pada UMKM ini, Keadaan ini memicu pemilik usaha untuk meningkatkan jumlah penjualan, maka dari itu dibutuhkan keunggulan yang lebih kompetitif, strategi pemasaran yang tepat, mengetahui segmen pasar yang tepat, mengetahui cara menarik minat konsumen agar usaha ini dapat terus berjalan dan lebih berkembang.

Riset pasar dilakukan saat akan memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru dan untuk mempertahankan usaha yang sudah ada. Untuk melihat potensi dan minat pasar terhadap produk ampyang coklat maka diperlukan riset pasar, hal ini bertujuan untuk mengetahui minat pasar terhadap produk ampyang coklat, rencana pengembangan produk yang diarahkan sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta yang pada akhirnya dapat mempertahankan dan mengembangkan UMKM FIA.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam skripsi ini adalah bagaimana melakukan riset pasar untuk mengetahui minat pasar, dan menilai potensi pasar terhadap produk Ampyang Cokelat yang diarahkan sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendapatkan kuesioner untuk mengetahui minat pasar terhadap produk ampyang cokelat.
2. Mendapatkan hasil analisis dan interpretasi data hasil riset pasar pada produk ampyang cokelat yang diarahkan sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta.

## **1.4. Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Obyek penelitian berfokus pada UMKM FIA Ampyang Cokelat.
2. Lokasi penelitian berfokus pada Daerah Istimewa Yogyakarta, karena produk ampyang cokelat diproduksi di Yogyakarta maka akan diarahkan sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta.
3. Perencanaan kuesioner dilakukan dengan menggunakan Lembar Kerja untuk meminimalkan kesalahan dan mengacu pada tujuan riset pasar.
4. Analisis hasil riset pasar menggunakan analisis tren, similaritas, kontradiksi dan *odd groupings* untuk menilai tanggapan pasar terhadap produk ampyang cokelat.